

revista

Vol. 2 - No. 4

# KAMINU

Arte, Cultura y Sociedad

2023 - Bogotá - Semestral



UNIVERSIDAD  
SERGIO ARBOLEDA

## **Página Legal**

### **Directora Editorial**

**Andrea del Pilar Casallas Moya. MSc, PhD. (C) Universidad Sergio Arboleda**

### **Comité de Redacción/ Comité Editorial**

**Andrea del Pilar Casallas Moya. MSc, PhD. (C) Universidad Sergio Arboleda**

**Ana María García Gómez. MSc**

### **Gestora Editorial**

**Ana María García Gómez**

### **Comité Científico**

**Stefano Santasilia. PhD. Universidad San Luis de Potosí, México**

**Andréa Brode. PhD. Universidad Federal de Rio de Janeiro, Brasil**

**Lucimara Rett. PhD. Universidad Federal de Rio de Janeiro, Brasil**

**Liliana Beatriz Irizar. PhD. Universidad Sergio Arboleda, Colombia**

**Chongha Peter Lee. MFA, Syracuse University, Estados Unidos**

### **Diseño y diagramación**

**Aida María Pachón Salazar**

**Diseño de Cubierta: Danna Mayorga**

**Dirección de arte: Doris Caicedo Salcedo**

**Programa: Producción Gráfica Digital**

**LCI Bogotá**

### **Corrección de estilo**

**David Martínez Acevedo**

## **UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA**

**Rector: Jorge Noguera Calderón**

**Decano de Postgrados: Julio Roberto Nieto**

**Escuela de Filosofía y Humanidades**

**Decano: Mauricio Uribe Blanco**

**Especialización y Maestría en Gestión Cultural y Creativa**

**Directora: Andrea del Pilar Casallas Moya**

# Editorial

El Volumen 2, número 4, de la *Revista KAMINU, Arte, Cultura y Sociedad*, de la Universidad Sergio Arboleda, presenta un escenario en el que convergen intereses sociales, especialmente de predominio cultural, pertinentes para considerar la diversidad interna de nuestra sociedad y permitir el entendimiento del otro. Esta revista, al igual que el concepto de *ciudad*, se organiza como un entorno conformado por habitantes que llegan de diferentes culturas, y se agrupa por zonas residenciales, comerciales e industriales. La ciudad con una particular infraestructura, organización, medios de transporte y servicios de diversa índole propende una amplia variedad de actividades y perspectivas. Del mismo modo, en esta revista circulan distintas visiones estéticas con la posibilidad de que sea apropiada por todos aquellos que la quieran considerar, recorrer y descubrir.

Este número cuenta con tres secciones. *Estética y Ciudad*, una sección destinada a la reflexión de los dos conceptos incluidos en su nombre a partir de diversas formas de entender nuestra relación con el entorno. Una sección visual llamada *Ciudad*, cuyo objetivo consiste en compartir estéticas de la diversidad del espacio público. Y, por último, la sección denominada *Caminos*, en la cual se presentan trabajos de estudiantes de pregrado que invitan a la reflexión cotidiana sobre la cultura y sus dimensiones.

El primer texto de la revista preparado para la sección *Estética y Ciudad* es *Creación Musical e Identidad Cultural en el Proyecto DE.MUSIC SOUND* y

*SUEÑOS del ICBF*, en él los investigadores muestran la aplicación de un proyecto de enseñanza musical en modalidad virtual, diseñado para cuarenta adolescentes en diferentes regionales de Colombia, beneficiarios del Programa de Protección del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Se brinda la respectiva información del proceso de construcción y ejecución del proyecto. Se relacionan resultados con la implementación de talleres creativos, la aplicación de instrumentos de recolección de datos y la composición de dos canciones.

El escrito *Registro Etnográfico del Carnaval de Jadán: del Juego del Pucara a la Lucha Simbólica con el Agua*, de Verónica Siavichay y María Arteagabusca responder ¿cómo ha cambiado la celebración del carnaval en la parroquia de Jadán? Registrando actores, contextos y elementos, permitiendo así dar conocer más a fondo las prácticas y las creencias antes y durante la fiesta, así como, la gastronomía, la música y los personajes que forman parte de la memoria colectiva de los pobladores.

En *Economía Colaborativa Una Respuesta para la Articulación de Jóvenes Creadores con el Sector Audiovisual Colombiano* los escritores analizan el modelo de la *economía colaborativa* en el contexto de la brecha entre creadores audiovisuales en etapa de profesionalización y la industria audiovisual del país, a partir de la comprensión conceptual del modelo y sus bases económicas fundamentales.

En el texto *Un Verano Sonoro en Ciudad de México y Bogotá*, D. C. *Conversaciones y Reflexiones Sobre Música, Formatos y Coleccionismo*, la autora

Carolina García Contreras realiza entrevistas a los representantes de las tiendas de música Retroactivo Records en Ciudad de México y Discos Vicente en Bogotá. Propone resaltar la labor que estas tiendas cumplen dentro de la industria musical al fomentar el coleccionismo de discos. El escrito se ocupa inicialmente de las entrevistas a los dependientes de ambas tiendas; en seguida se ocupa de la reflexión sobre los formatos musicales y el coleccionismo y sus dinámicas.

En *Transformaciones del Proceso Creativo y las Técnicas de la Peluquería en Bogotá, Colombia (1980-2020): Sistematización de mi Experiencia como Peluquero*, Juan Manuel Ciro ofrece una aproximación histórica a la evolución y desarrollo de la peluquería bogotana. Se propone con ello revisar la evolución y transformaciones de su oficio, mediante la exposición sistemática de los estilos, tendencias y técnicas desarrolladas en su propia experiencia profesional en un periodo de tiempo que abarca cuatro décadas (1980 - 2020).

En *Autogestión de Productos Artísticos Derivados de Procesos de Investigación-Creación. El Papel del Investigador-Creador-Gestor* los investigadores analizan el rol y las funciones del *investigador-creador* en la actualidad, abordando desde el proceso de concepción de la idea hasta la circulación y consumo de sus producciones artísticas y académicas. En su análisis proponen develar un nuevo actor en la cadena productiva: el *investigador-creador-gestor*, tomando la experiencia emergida de los proyectos de investigación *Cumbiasón y Son Cubano y Sintonía Cultural* desarrollados en el Tecnológico de Artes Débora Arango.

Por otro lado, el relato *Los Habitantes del Hospital Abandonado*, de David Martínez Acevedo, narra la historia de María, una joven antropóloga, que estudia

el caso de los trabajadores del Hospital San Juan de Dios, decididos a habitarlo luego de su clausura en el año 2001, mientras cuenta a su novio historias paranormales acontecidas allí.

Para la sección *Ciudad* la revista presenta *La Reflexión Especular y el Espejo Mágico*, de Amaury Martínez Delgado, una serie fotográfica de espacios “regenerados” e idealizados, empleados en postales. En las imágenes se muestra un transeúnte sosteniendo la pieza encontrada de un espejo quebrado, la cual se concibe como una superficie especular que, con la colaboración del fotógrafo, le permite “incluir y excluir” a su antojo elementos que generan relecturas de sectores y situaciones de la ciudad de Guayaquil.

Para la sección *Caminos*, la revista presenta *De la Casa a la Ciudad: un Estudio Desde la Fenomenología de Bachelard* es un estudio en el que los autores buscan comprender la ciudad como fenómeno a partir de la identidad. Proponen que la ciudad existe a medida que el humano la conoce en sus calles, edificios, parques y demás, tomando como referencia la fenomenología de Bachelard, quien ahonda de manera ardua la relación casa-humano. Y finalmente los escritos poéticos de Diana Agámez, *Deportación y Pena Ajena*, elaboran una reflexión muy sensible para cerrar el esfuerzo creativo que presenta este número.

La *Revista KAMINU, Arte, Cultura y Sociedad* invita a la comunidad académica, no académica, empresarial y comunitaria a participar de este espacio de apropiación cultural, deseando que este cuarto número sea de su agrado y que encuentren aquí un espacio de enriquecimiento que pueda nutrir su relación con la cultura.

**Andrea del Pilar Casallas Moya**

# Tabla de Contenido

Pag **7**

1- Creación Musical e Identidad Cultural en el Proyecto DE.MUSIC SOUND y SUEÑOS del ICBF: Daniel Acero, Mabel Castellanos y Constanza Matiz

Pag **24**

2- Registro Etnográfico del Carnaval de Jadán: del Juego del Pucara a la Lucha Simbólica con el Agua Ethnographic Record of Jadán's Carnival: From the Game of Pucara to the Symbolic Struggle with Water: Verónica Siavichay y María Teresa Arteaga

Pag **35**

3- Economía Colaborativa Una Respuesta para la Articulación de Jóvenes Creadores con el Sector Audiovisual Colombiano: Natalia Andrea Argüelles Suárez, Estephany Alejandra De Castro, Angélica María Garzón, Paula Hernández, Lucy López y Camilo Andrés Torres

Pag **46**

4- Un Verano Sonoro en Ciudad de México y Bogotá, D. C. Conversaciones y Reflexiones Sobre Música, Formatos y Coleccionismo: Carolina García Contreras

Pag **62**

5- Transformaciones del Proceso Creativo y las Técnicas de la Peluquería en Bogotá, Colombia (1980-2020): Sistematización de mi Experiencia como Peluquero: Juan Manuel Ciro

Pag **79**

6- Autogestión de Productos Artísticos Derivados de Procesos de Investigación-Creación. El Papel del Investigador-Creador-Gestor: Juan Felipe Londoño Ramírez y Juan David Martínez Hincapié

Pag **88**

7- Los Habitantes del Hospital Abandonado: David Martínez Acevedo

Pag **97**

8- La Reflexión Especular y el Espejo Mágico: Amaury Martínez Delgado (Guayaquil, 1971)

Pag **100**

Sección Caminos  
9- De la Casa a la Ciudad: un Estudio Desde la Fenomenología de Bachelard: Lina Zuleika Franco Sierra, Mauricio Hernández Castro y Francy Michel Arévalo Moreno

Pag **113**

10- Poemas  
-Deportación  
-Pena Ajena  
Diana Agamez, 2020

# Fotografía

título: **Omnes  
Viae  
Candelariam  
Ducunt**



**foto**  
grafía: **María Fernanda  
Blanco Ospina**

# Creación Musical e Identidad Cultural en el Proyecto DE.MUSICSOUND y SUEÑOS del ICBF

Daniel Acero<sup>1</sup>, Mabel Castellanos<sup>2</sup> y Constanza Matiz<sup>3</sup>

## Resumen

*DE.MUSICSOUND* Creatividad musical personalizada es un proyecto de creatividad musical, en modalidad virtual, diseñado para cuarenta adolescentes ubicados en diferentes regionales del país, entre los 14 y 17 años, beneficiarios del Programa de Protección del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. En el presente artículo se brinda información relevante para conocer el proceso de construcción y ejecución del proyecto, el cual propició un espacio virtual para el desarrollo y fortalecimiento de la capacidad creativa y las habilidades blandas, mediante el fomento del conocimiento musical compositivo y la vivencia de la cultura. Además, se relacionan los resultados obtenidos con la implementación de talleres creativos y la aplicación de instrumentos de recolección de datos. Dichos talleres dieron lugar a la composición de dos canciones y el análisis de información relacionada con la creatividad, las habilidades blandas e inteligencias múltiples.

*Palabras clave:* Creación musical colaborativa, habilidades blandas, cultura, adolescentes.

Musical Creation and Cultural Identity in the Project DE.MUSICSOUND and SUEÑOS by ICBF

## Abstract

*DE.MUSICSOUND* Personalized musical creativity is a musical creativity project, in virtual mode, designed for forty adolescents located in different regions of the country, between 14 and 17 years old, beneficiaries of the “Protection” program of the “Instituto Colombiano de Bienestar Familiar”. This article provides relevant information to learn about the process of construction and execution of the project, which provided a virtual space for the development and strengthening of creative capacity and soft skills, through the promotion of compositional musical knowledge and the cultural experience. Moreover, the results obtained with

1 Magister y especialista en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda y Músico Pianista del Conservatorio de Música de la Universidad Nacional de Colombia. Correo electrónico: deacerod@gmail.com

2 Magister en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda y Maestra en Música de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Correo electrónico: mabelclarinet@gmail.com

3 Psicóloga de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y magister en Gestión cultural y creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Correo electrónico: psicologamatiz@gmail.com

the implementation of creation workshops and the application of data collection instruments are related. These workshops resulted in the composition of two songs and the analysis of information related to creativity, soft skills and multiple intelligences.

*Keywords:* Collaborative music creation, soft skills, culture, teens

## Introducción

Los adolescentes no solo son el futuro de la sociedad, son el presente de la misma. Por lo que la educación que reciban en la actualidad, así como su carencia, definirá la clase de sociedad que tendremos. Pasan por un periodo de la vida lleno de vitalidad en el que dejan de ser niños y están a un paso de ser adultos. De esta manera, se encuentran experimentando constantes contradicciones, por ejemplo: pérdida y ganancia, trascendencia e inmanencia. En medio de esto se comienza la búsqueda y descubrimiento de la *identidad personal*, así como la independencia y la gestión del proyecto de vida (Cabezuelo & Frontera, 2010, pág. 131). Durante esta etapa, el arte, especialmente la música, permite y facilita el autoconocimiento al formar conciencia de la labor artística. Lo anterior se da porque que la música evoca sentimientos identitarios, por ejemplo: “una melodía que habla como nadie me ha hablado”, “una armonía que me estremece”, “una canción que parece ser escrita solamente para mí”. Sentimientos que se despiertan al descubrir la poesía que está intrínseca en las letras de la música. Al respecto Aguirre (1992) explica que en las ciencias sociales la constitución de la identidad cultural ha sido abordada teniendo como columna vertebral la construcción de un “yo”, tanto individual como colectivo. Un proceso que soporta simultáneamente movimientos de identificación y diferenciación. Por un lado, la identificación se basa en la aceptación de valores, creencias, ideas

y prácticas con las cuales hay afinidad y se asocian a lo bueno y lo positivo. Además, privilegia el reconocimiento del otro resaltando las características que lo hacen diferente.

En esta búsqueda de la *identidad personal* y cultural de los adolescentes, el Estado se ocupa de velar por la defensa y garantía de sus derechos. En Colombia la entidad estatal encargada de velar por la *protección* y restauración de los derechos de los niños y adolescentes es el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), cuyo enfoque se centra en el impacto de problemáticas sociales que afectan a la juventud, como lo son el conflicto armado, la violencia, el abuso de autoridad hacia los menores de edad, el abuso sexual, el abandono, entre otros. Adicionalmente, se dan casos situacionales en los que los jóvenes adquieren conductas punibles y en consecuencia se implican en la comisión de delitos (ICBF, 2020). De esta manera, según Losada y Botero (2018), existe desconfianza e inseguridad en los adolescentes que cumplen la mayoría de edad y han abandonado el ICBF, por lo que, así como afirman Cortés y Fonseca (2018), es necesario fortalecer su autoestima y empoderarlos en el proyecto de vida que desean. La implementación de acciones con enfoque artístico, diseñadas especialmente para adolescentes con algún tipo de vulneración de derechos, es una herramienta que permite generar cambios en la forma de pensar de forma colectiva y, posteriormente, en su comportamiento. Para lo cual es de vital el fortalecimiento de aquellas habilidades blandas que les permitan ser y sentirse parte de un grupo social, contribuyendo así a una mejor adaptabilidad con el entorno una vez se desvinculan del ICBF.

Por su parte Vygotsky (1986) afirma que la creatividad desarrolla la capacidad mental de todo ser humano para generar nuevos pensamientos y acciones, a partir de la facultad de transformar, innovar y combinar

experiencias anteriores. Lo que se puede entender como la proyección de nuevas realidades. El autor también distingue entre la creatividad subjetiva y la creatividad objetiva. Respecto de la primera sugiere que está anclada a la vida interior, el desarrollo psicoafectivo y la resolución de conflictos de identidad típicos de la etapa de la adolescencia. Respecto de la segunda el autor señala que depende de la creación de ideas, imágenes y conceptos. Dadas las características y dificultades que pueden presentar los adolescentes y considerando el rol transformativo que posee la creatividad, se intuye que la creación de iniciativas centradas a resolver esas dificultades podría mejorar la asertividad de los adolescentes en la toma autónoma de decisiones. A partir de este planteamiento nace *DE.MUSICSOUND: Creatividad musical personalizada*. Un proyecto enfocado a entender cómo contribuir al desarrollo y fortalecimiento de la capacidad creativa y las habilidades socioemocionales de los adolescentes, mediante la conformación de un espacio de cultura artística destinado a fomentar el conocimiento musical-compositivo y la vivencia de su cultura.

La población seleccionada está conformada por estudiantes de 14 a 17 años, los cuales fueron acogidos por el ICBF en su Programa de Protección, debido a circunstancias sociales, familiares, económicas, para restablecer sus derechos. La observación en la población seleccionada evidencia que la ejecución del proyecto permitió la potenciación de capacidades y procesos artísticos, especialmente musicales-creativos, en la construcción de su identidad. Esta construcción contempla el desarrollo artístico integral, la cohesión social y la construcción de un proyecto artístico personal en la población participante. En la formulación del proyecto *DE.MUSICSOUND* se analizó la trayectoria de la institución y las iniciativas previas con las que

tuviera afinidad. Como resultado se halló que el proyecto se ajusta al objetivo de la iniciativa de Alianzas Estratégicas y Proyecto Sueños (AEPS) de la Dirección de Protección del ICBF. La tarea de la AESP propende la creación de programas, proyectos o alianzas en favor del desarrollo y fortalecimiento de competencias cognitivas y transversales para la construcción y consolidación de una identidad, autonomía y proyecto de vida de niños y adolescentes vinculados al Sistema de Responsabilidad Penal para Adolescentes (SRPA) (ICBF, 2020).

## **Metodología: Aterrizando y Reestructurando**

Desde los primeros acercamientos por correo electrónico con el ICBF, la institución manifestó un gran interés en el proyecto. Así comenzó un proceso de acompañamiento, orientación y revisión con el objetivo de lograr absoluta claridad frente a la intención del mismo y la aprobación de la Dirección de Protección del ICBF. Después de aproximadamente un año y medio, desde junio de 2020 hasta enero de 2022, la institución dio luz verde a la ejecución del proyecto. Es así como la etapa de proyección concluyó con la elaboración en modalidad virtual, diseñado para cuarenta y dos (42) adolescentes de 14 a 17 años, beneficiarios del Programa de Protección del ICBF, ubicados en diferentes regionales del país. El proyecto tiene por objetivo la generación de espacios para el desarrollo y fortalecimiento de la capacidad creativa y las habilidades blandas, mediante el fomento del conocimiento musical-compositivo y la vivencia de la cultura. Lo cual, como resultado de su puesta en marcha, dio lugar a procesos de creación para la producción de piezas musicales.

Se fijaron tres objetivos específicos: En primer lugar, durante el periodo de ejecución de los talleres de co-creación, generar estrategias de acompañamiento de los talentos musicales existentes en la población adolescente del ICBF. En segundo lugar, fortalecer habilidades blandas o socioemocionales como el trabajo en equipo, manejo de emociones, pensamiento crítico y toma de decisiones a través del ejercicio de creación y producción de piezas musicales. Y, en tercer lugar, desarrollar y entregar por escrito una guía técnica para talleres que sirviese a los operadores del ICBF al fortalecimiento de las acciones e iniciativas enfocadas al componente cultural, específicamente del área musical. Para lograr estos objetivos se diseñaron siete talleres de creación musical colaborativa titulados: 1. *Identidad artística: Descubriendo mis gustos musicales*; 2. *Mi Identidad Musical*; 3. *La poesía de mi canción*; 4. *Creo mi Melodía: voz y expresión*; 5. *Mi ritmo es sabor*; 6. *La armonía es pasión y* 7. *La postproducción es el final*. Por otro lado, se contó con dos capacitaciones con las que los jóvenes adquirieron herramientas necesarias para entender la música y la creación como un ejercicio práctico: *Mis derechos como autor* y *Oportunidades educativas y laborales en el sector musical*. Finalmente, se aplicaron cuatro instrumentos de recolección de datos que permitieron medir el impacto del proyecto, para así brindar al ICBF datos oportunos para la formulación y creación de programas relacionados con la creatividad y la música. Por esta razón, se realizaron: (i) un formulario de recolección de datos y el *Test de inteligencias múltiples* (Gardner, 2019); (ii) *una Rúbrica para evaluar la creatividad*, el *Cuestionario de emociones positivas* (CEP) (Schmidt, 2008); y (iii) una entrevista individual con cada uno de los adolescentes.

El resultado de la convocatoria ante los jóvenes del ICBF fue positivo: se inscribieron 82 adolescentes de 9 regionales, correspondientes a 12 operadores; se seleccionaron 43 participantes. Luego se definieron los horarios para desarrollar los talleres y las capacitaciones, para lo cual se conformaron dos subgrupos de 21 adolescentes cada uno: El primero, conformado por adolescentes de 14 a 15 años y el segundo por adolescentes de 16 y 17 años; ambos pertenecientes a 9 regionales. Los beneficiarios seleccionados son oriundos de las regionales de Boyacá, Arauca, Bogotá: Bolívar, Guaviare, Huila, Norte de Santander, Putumayo y Valle del Cauca. Del proyecto se concluye que la música durante la adolescencia es una de las principales herramientas para el autoconocimiento. Ayuda a identificar procesos y expresar diferentes sentimientos y emociones. También permite conectar con otras personas en el intercambio de intereses.

## Resultados

### Momento Creativo

Según Hargreaves, “la creatividad es uno de los aspectos más complejos, misteriosos y fascinantes del comportamiento humano” (1988, pág. 158). Aunque es un proceso complejo de comprender, es altamente motivante. En su carácter expresivo la *identidad* cumple un rol fundamental, porque la expresión humana, conforme el contexto cultural, se manifiesta en la creatividad. Por ejemplo, no necesariamente con sonidos del habla humana se pueden expresar sentimientos ideas o mensajes. Un lenguaje de ondas sonoras, empleando instrumentos musicales y otros objetos, puede expresar lo mismo en la forma de una composición musical. De acuerdo con esto, cada obra musical en su realización recibe la impronta de su autor. Con esta idea en mente, el proyecto *DE.MUSICSOUND*, en el lapso de un mes

y medio, propició un entorno virtual en favor de la expresión cultural y creativa de los adolescentes participantes, lo que dio como resultado la co-creación de dos piezas musicales que reflejan rasgos de su propia identidad.

Los dos talleres desarrollados en la primera semana se centraron en socializar el proyecto con los participantes, identificar sus inclinaciones culturales y artísticas, seleccionar la forma musical y construir la estructura de una canción respetando los criterios de los adolescentes.

Para la selección de géneros musicales de las composiciones, se realizó una votación. El Grupo 1 seleccionó el género de pop-rock, y el Grupo 2 el vallenato. Desde el comienzo de los talleres pudo notarse la participación de varios jóvenes al expresar opiniones. A partir del tercer taller se evidenció que los adolescentes presentaban mayor fluidez y seguridad para expresar ideas y emociones de forma escrita. Adicionalmente, las temáticas literarias predominantes en la actividad fueron el amor por la vida, la fortaleza y el amor de pareja. Se muestra un ejemplo de la composición de cada grupo a continuación:

*“Porque los problemas no son para siempre la vida sigue sin temor al fracaso y el amor sigue triunfando a pesar de todo porque somos guerreros, todos guerreros”*

*(Fragmento de la canción Guerreros de Amor- Grupo 1)*

*“La felicidad me ayuda a entender que todo puede ir mejor, te digo mi amor que tú eres la razón por la cual mi vida ahora tiene color”*

*(Fragmento de la canción Mi Amor Multicolor- Grupo 2)*

Debido a la interacción con los participantes durante el desarrollo de los talleres, fue posible constatar que

la información que había sido recolectada en el primer cuestionario tenía coherencia con el comportamiento y desempeño de los adolescentes en temas como: gustos musicales, sus deseos y aspiraciones, y la proximidad que habían tenido previamente con la música. De 16 participantes que realizaron el cuestionario, de los cuales el 56,3% era de género masculino y el 43,8% de género femenino, se obtuvo como resultado que el 62,5% había recibido clases de música alguna vez, por lo que varios jóvenes tenían conocimientos básicos en instrumentos como piano, batería, violín, bajo, y guitarra. Por otro lado, el 81,3% ha pensado en ser músico, el 87,5% le gusta “bastante” la música y el otro 12,5% “más o menos”. Además, el 93,8% considera que cualquier persona podría aprender música, y el 100% manifestó que le gustaría poder crear su propia música, manifestando que quisieran expresar lo que sienten, sus historias de vida y lo que han aprendido.

Las preguntas con respuesta abierta del cuestionario reflejan que los géneros musicales más escuchados por ellos eran el vallenato, pop latino y pop rock; seguido por un pequeño número interesado en el reguetón, hip hop, metal, dance hall y funk. En cuanto a su interés por un género musical particular, se estableció como criterio la importancia de la letra y su coherencia, el ritmo o velocidad de la melodía, las emociones o sensaciones de tranquilidad y amor, o la capacidad de sentirse identificados y expresarse con la música.

**Pregunta** - *¿Qué te gustaría expresar a través de la música?*

**Respuesta** – Me gustaría hablar de las experiencias de mi vida, para que así otras personas se puedan identificar por medio de ellas. (Fragmento tomado del Formulario de Recolección de Datos)

El proceso de postproducción musical fue realizado únicamente por el equipo de talleristas, quienes partieron del género musical escogido por el grupo y tomaron la letra de las canciones, la estructura musical, la tonalidad, el ritmo y la forma musical trabajados de forma colectiva previamente. En consecuencia, se compartió a los participantes el resultado de todo el trabajo realizado en semanas anteriores. En la socialización se notó el interés de muchos participantes por conocer con mayor profundidad los diferentes programas en línea, para aprender a mezclar música y las posibilidades sonoras que se pueden aplicar a una canción.

El proceso de ejecución del proyecto finalizó con las capacitaciones llamadas *Mis derechos como autor y Oportunidades educativas y laborales en el sector musical*. Inicialmente estas dos capacitaciones fueron proyectadas para dictarse a un público más amplio del ICBF, pero terminaron siendo únicamente para los participantes inscritos. Esto debido a la sorpresiva invitación recibida por parte de Alianzas Estratégicas y Proyecto Sueños (AEPS), para que cinco de los adolescentes que participaron en los talleres asistieran al evento académico *Sueños de Colores*. Un espacio para el desarrollo de competencias, que tiene como metodología de trabajo la educación experiencial. Los jóvenes elegidos, junto con uno de los creadores del proyecto, asistieron al municipio de La Palestina, Caldas, presentaron y compartieron la experiencia vivida con sus pares, además realizaron una muestra de interpretación en vivo de las dos canciones compuestas.

## **Analizando la Creatividad**

La multiculturalidad de las regiones colombianas participantes aportó a la diversidad de textos y melodías propuestas para las canciones. Un proceso co-creativo que despertó el interés en ellos y estaba directamente relacionado con las experiencias de

vida de los adolescentes del ICBF. Para su desarrollo fue indispensable la participación verbal y escrita de los beneficiarios, considerando que la ejecución fue 100% virtual. Gracias a temas como la identidad musical y el género, y gracias a la aplicación de una estrategia de creación colectiva, los talleristas lograron la participación creativa y propositiva de los adolescentes en la composición de una canción. De esta manera, se construyó en conjunto la letra, la estructura, el género y estilo musical. De hecho, en la ejecución de los últimos tres talleres, se llevó a cabo la construcción armónica y rítmica, también se hizo una introducción a la producción musical de las canciones. A pesar de la inestabilidad de la red de internet y la falta de comunicación activa de algunos participantes en las jornadas, varios adolescentes destacaron por su constancia y participación asertiva, comunicando y aportando ideas propositivas.

En el proceso de medición de la creatividad de los participantes, se utilizó como instrumento de medición la *Rúbrica para evaluar la creatividad*, basada en el *Test de pensamiento creativo* (Torrance, 1974). Ésta se realizó bajo los siguientes criterios de evaluación:

### **Originalidad**

Es la capacidad de producir ideas que son inusuales, novedosas y no obvias. En términos generales, a partir de la letra, el ritmo, la velocidad, el estilo y el “humor” de la canción se evaluó la originalidad de las obras musicales de este proyecto. Esto significó evaluar si su carácter es alegre, melancólico o romántico. No obstante, no fueron evaluados los aspectos armónicos y melódicos de los instrumentos, puesto que su elaboración fue tarea de los talleristas, debido a su dominio de la interpretación musical.

### **Fluidez**

Es la capacidad para producir un gran número de ideas. La fluidez fue evaluada teniendo en cuenta

una comunicación activa, propositiva y constante a la hora de transmitir ideas en los talleres, por lo que la asistencia a estos era primordial.

### **Aspectos Adicionales de la Creatividad**

Asimismo, considerando que el desarrollo fue colectivo, la evaluación de la creatividad se centró en el análisis de los aportes generales durante los talleres, arrojando que el 20% de los participantes (5 beneficiarios) no aportó ideas novedosas, llamativas, ni eficaces, ni originales. El 16% de los participantes (4 beneficiarios) aportó al menos una idea novedosa, llamativa, eficaz u original. El 8% de los participantes (2 beneficiarios) aportó dos ideas novedosas, llamativas, eficaces y originales. El 24% de los participantes (6 beneficiarios) aportó algunas ideas llamativas, infrecuentes, inusuales, novedosas, eficaces y originales. El 32% de los participantes (8 beneficiarios) aportó gran número de ideas llamativas, infrecuentes, inusuales, novedosas, eficaces y originales.

Se evidenció que el 80% de los beneficiarios participaron activamente y aportaron en la construcción de los productos musicales de manera creativa y propositiva, a diferencia del 20% restante que desertó del proceso por motivos ajenos al proyecto.

### **Lo Intangible sí es Relevante**

En los instrumentos de recolección de datos se buscó identificar los factores que predominaban en la inteligencia artística de los participantes, así como la observación y medición de habilidades blandas a trabajar, y la percepción musical y artística basada en la experiencia personal. Por ejemplo, la aplicación del *Cuestionario de Emociones Positivas (CEP)-Observación y medición de habilidades blandas*, buscaba identificar y medir las emociones positivas que los adolescentes suelen manifestar con regularidad. Asimismo, resaltar las emociones más débiles que deben fortalecerse en beneficio de tener una mejor conducta *prosocial*, para generar un buen relacionamiento con los demás, en cuanto a la empatía, el sentido de pertenencia y de apropiación. Desde el diseño del proyecto, surgió el interrogante de si era posible que existieran variables comportamentales una vez finalizaran los talleres, razón por la cual se realizaron dos aplicaciones del cuestionario: la primera finalizado el primer taller y la segunda al terminar el séptimo taller.

Para las tablas y gráficos construidos con el fin de hacer el análisis individual y grupal, se realizó el cuestionario con, aproximadamente, 13 a 17 jóvenes; considerando que el número de participantes que culminó todo el ciclo de talleres se redujo.

**Tabla 1***Resultados primera aplicación Cuestionario de Emociones Positivas*

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Alegría y sentido del humor | El <b>41%</b> de los encuestados presentó un nivel <b>alto</b> en esta emoción. El 35% un nivel medio y el 24% restante un nivel bajo. Esta emoción se encuentra directamente ligada a la capacidad que tiene una persona para divertir y divertirse constantemente, tal como la facilidad para sonreír.  |
| Tranquilidad                | El <b>71%</b> de los encuestados presentó un nivel <b>medio</b> en esta emoción. El 18% un nivel alto y el 12% restante un nivel bajo. Este enfoque se caracteriza por el grado con el que un individuo experimenta emociones de calma total y paz interior.  |
| Interés y entusiasmo        | El <b>47%</b> de los encuestados presentó un nivel <b>medio</b> en esta emoción. El 41% un nivel alto y el 12% restante un nivel bajo. La emoción analizada está relacionada con la actitud y compromiso frente a las actividades que se realizan, además de la motivación por generar cambios y disposición a la expectativa.  |
| Satisfacción con la vida    | El <b>88%</b> de los encuestados presentó un nivel <b>alto</b> con relación a la satisfacción y el 12% un nivel medio. En esta emoción no hubo adolescentes en nivel bajo. Este ítem está directamente relacionado con la alegría y satisfacción que genera cumplir una meta, un sueño o una tarea. Dentro de las cualidades inmersas están la tranquilidad, la paciencia y la capacidad para proyectar metas a corto, mediano y largo plazo. |
| Gratitud                    | El <b>94%</b> de los encuestados presentó un nivel <b>bajo</b> en esta emoción. El 6% un nivel medio y 0% en nivel alto. Esta dimensión evalúa el grado de aprecio, valor y agradecimiento ante situaciones, cosas o personas.  |
| Optimismo                   | El <b>59%</b> de los encuestados presentó un nivel <b>medio</b> en esta emoción. El 24% un nivel alto y el 18% un nivel bajo. Esta emoción representa la esperanza y ganas de superarse ante cualquier situación adversa; igualmente, la manera de afrontar los problemas resaltando el lado bueno.   |

Con base en los resultados obtenidos en el CEP, se evidencia que la *gratitud* fue la emoción con el puntaje más bajo para los adolescentes participantes. La profesional en Psicología del proyecto *DE.MUSICSOUND* diseñó y aplicó un taller llamado *Amor a la Gratitud*. Con esta actividad se buscaba que los participantes recordaran situaciones personales en las que hubiesen experimentado agradecimiento. Posteriormente, se generó una reflexión frente a la

importancia de cultivar el valor de la gratitud hacia las cosas y las personas. El análisis de los resultados de la segunda aplicación del CEP reflejó cambios mínimos relacionados a los puntajes. Aun así, no influyeron en gran medida a la hora de evaluar los niveles *bajo*, *medio* y *alto* en la suma total. Es decir, fueron muy pocos los adolescentes que tuvieron un cambio de nivel en alguna de las seis emociones.

## El Talento no es de Pocos

Partiendo del hecho de que todos los seres humanos cuentan con habilidades, aunque unas más desarrolladas que otras debido a factores como la educación recibida, los gustos, el estilo de vida, las destrezas motrices, los deseos propios o de los padres, se aplicó el *Test de Inteligencias Múltiples* (Gardner, 2019) durante el desarrollo del primer taller. El objetivo del test, implementado a 15

adolescentes, fue conocer mediante datos numéricos los factores que predominan en la inteligencia de los jóvenes. Esto permite plasmar con porcentajes las fortalezas y debilidades en la dimensión lingüística, lógico-matemática, visual-espacial, kinestésica, musical, interpersonal, intrapersonal y naturalista. El análisis arrojó las siguientes conclusiones:

**Tabla 2**

Resultados Test de Inteligencias Múltiples

| Inteligencia Múltiple | Resultado  |
|-----------------------|--|
| Lingüística           | Personas que resaltan por ser excelentes en la creación y producción de trabajos escritos y orales tales como textos, canciones, poemas, entre otros. 5 participantes poseen un nivel del 100%, 8 participantes poseen un nivel por encima del 50%, y solo 2 participantes tuvieron un nivel por debajo del 40%.                           |
| Lógico – Matemática   | Personas que poseen habilidades para resolver problemas lógicos y matemáticos con facilidad. 4 participantes están en un nivel del 100%, 8 participantes tienen un porcentaje del 50% al 90%, y 3 se encuentran por debajo del 40%.  |
| Visual Espacial       | Personas que poseen habilidades de orientación y percepción del espacio, así como gustos por los gráficos, mapas o elementos muy amplios con formas creadas por la imaginación. 9 participantes poseen un nivel por encima del 62.5%, 4 participantes se encuentran en un porcentaje del 50%, y solo 2 se encuentran por debajo del 37.5%. |
| Kinestésica           | Personas con destrezas en la expresión corporal, por lo que cuentan con habilidades especiales para la danza y las actividades artísticas. 6 de los 15 participantes está un nivel del 87.5%, 1 con un porcentaje del 50% y 1 con un porcentaje bajo del 37.5%.  |
| Musical               | Personas que tienen gustos y habilidades en el manejo del ritmo y la melodía. Se evidenció un porcentaje por encima del 62.5% en los 15 participantes, de los cuales 3 de ellos obtuvieron un nivel del 100%. Es decir, no solo se resaltan habilidades con elementos técnicos que componen la música, sino un amor especial por ésta.     |

|               |  |
|---------------|--|
| Interpersonal | Personas con facilidad a la hora de recibir muestras de cariño de otras personas, además de ser empáticos y capaces de percibir sus sentimientos y emociones. 4 participantes estaban en un nivel del 100% y 10 adolescentes cuentan con buenas habilidades, ya que tienen un nivel por encima del 50%.  |
| Intrapersonal | Personas que poseen virtudes especiales para relacionarse con otras personas, respetar sus opiniones y escucharlas con disposición e interés. 7 participantes se encuentran en un nivel alto del 100%, 7 participantes tienen un nivel por encima del 62.5% y solo 1 joven tiene un nivel bajo correspondiente al 37.5%.   |
| Naturalista   | Personas que se caracterizan por poseer un alto nivel de consciencia y una reflexión profunda sobre el amor y respeto por la naturaleza. 5 adolescentes con un porcentaje del 100% resaltaron su capacidad total hacia este tipo de inteligencia naturalista. Asimismo, con un porcentaje por encima del 75%, 9 participantes dejaron ver su lado amable en tomar acción por lo que impacta su entorno, y con un porcentaje por debajo del 40 % se encontró solamente a 1 joven. |

Por otro lado, se puede afirmar que la inteligencia que presentó el número más alto de adolescentes, con un nivel del 100%, fue la *intrapersonal*. y en todas las inteligencias hubo un intervalo entre 4 a 7 adolescentes con nivel del 100%. Más del 60% de ellos cuenta con un buen balance en sus inteligencias múltiples.

Un hecho significativo y notorio, contrastando con la actitud pasiva de participación de los adolescentes, fue durante las entrevistas finales. Se asignaron 15 minutos para mantener las cámaras encendidas y respondieron con entusiasmo las preguntas realizadas. Se mostraron más expresivos, cómodos, espontáneos y, sobre todo, muy alegres. De las conversaciones mantenidas varios de ellos manifestaron que, debido a su timidez, se les dificulta expresarse delante de sus pares. Dos jóvenes mencionaron que hubiesen preferido trabajar una temática diferente al amor de pareja para la construcción de la pieza musical, considerando que no se sentían identificados con ésta. No obstante, resaltó el trabajo en equipo alcanzado en estos espacios virtuales.

En cuanto a los aspectos positivos del proceso, se evidencia que la totalidad de ellos se sintieron altamente motivados a participar en el proyecto por el amor y gusto a la música. Asimismo, todos se sintieron muy orgullosos de lograr componer una canción de forma colectiva, ya que no consideraban que fuese posible. Además, la gran mayoría de ellos afirmó que pudieron plasmar un poco de su identidad, de sus sentimientos y lo que han vivido o viven en estos momentos en la creación de la canción. Finalmente, todos se sintieron muy interesados por la información dada en los talleres y las capacitaciones, especialmente aquella llamada *Mis derechos como autor*.

Este proyecto buscó generar estrategias para aunar la diversidad de culturas colombianas en dos obras musicales, desarrolladas bajo la estrategia de creación colaborativa para promover vida cultural y artística, basados en la *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*, Art. 5, (UNESCO, 2001).

Contemplando los resultados del estudio, al equipo investigador le surgió el siguiente interrogante: ¿esta forma de expresión artística generó resultados positivos en la población que participó en el proyecto DE.MUSICSOUND?

Los adolescentes participantes pertenecientes al programa de vulnerabilidad del ICBF lograron crear dos obras musicales, las cuales arrojaron resultados positivos con relación a la medición de la *Rúbrica de creatividad*. Junto al análisis realizado a los datos recolectados con los instrumentos de medición se logró aplicar una metodología que permitiese analizar los datos cuantitativos y cualitativos, dando como resultado la consolidación de dos

categorías principales para medir el impacto de los talleres co-creativos en los adolescentes. La primera corresponde a la creatividad, que a su vez se subdivide en identidad, motivación y capacidad creativa. La segunda se refiere a las habilidades blandas, divididas en trabajo en equipo, manejo de emociones, pensamiento crítico y toma de decisiones. Programas como el Sistema de Venezuela (Alemán, 2016) son un claro ejemplo de que la vida cultural inmersa en el arte y la música son aportes positivos socioculturales a las poblaciones vulnerables. Esto se confirmó por medio de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la estrategia del Cuadro de triple entrada:

**Figura 1**

*Algunos resultados del Cuadro de Triple Entrada*

|    |   |
|----|---|
| 1. | La creatividad se pudo potenciar por medio de la implementación de talleres de co-creación.   |
| 2. | Sí fue posible unir la identidad cultural y musical de la población adolescente del Programa Protección del ICBF, procedentes de distintas regiones, en una composición musical.                              |
| 3. | El gusto por la música y el anhelo de querer vivir experiencias nuevas fue un factor que generó una alta motivación en los adolescentes participantes.  |
| 4. | El interés y entusiasmo se vio alterado positivamente gracias a la implementación de una metodología y temática acorde a los gustos e intereses de los adolescentes.  |
| 5. | La participación activa para la creación estuvo directamente relacionada con el deseo de la mayoría de los participantes de ser músicos en un futuro, ya que el 100% manifestó querer crear su propia música. |
| 6. | La alegría fue una emoción que logró estimularse gracias a la socialización con compañeros de otras regiones.   |
| 7. | La mayoría de los participantes encontraron en la música un medio para expresar sus emociones, formas de pensar y experiencias vividas.   |

## Conclusiones

En primer lugar, se concluye que los principales factores que llevaron a la elección de las temáticas se relacionan con las diferentes situaciones de vulneración de derechos que ha presentado esta población. En este aspecto influyó también el autoconocimiento de la sexualidad, la atracción

física y emocional por otros, característico en este rango de edad. Esto llevó a que *el amor propio y de pareja* fuera uno de los valores transversales dentro de las temáticas de las canciones con las que los jóvenes se sentían más identificados.

En segundo lugar, se resalta la importancia de generar proyectos artísticos presenciales y virtuales

que propendan al fortalecimiento de habilidades psicosociales de los adolescentes que sufren algún tipo de vulneración de derechos. Esto, debido a que al habitar en entornos disruptivos que conllevan a la vivencia de emociones fuertes, es conveniente la creación de más espacios útiles para expresar y canalizar sus emociones por medio del arte.

En tercer lugar, si bien los resultados obtenidos del *Test de Inteligencias Múltiples* (Gardner, 2019), el *Cuestionario de Emociones Positivas* (Schmidt, 2008) y la *Rúbrica de creatividad*, no logran ofrecer conclusiones contundentes sobre toda la población de adolescentes entre 14 y 17 años vinculados al ICBF. Pero sí pone en evidencia ante la entidad la necesidad de prestarle atención a las emociones que mayoritariamente arrojaron un nivel muy bajo, además de las inteligencias múltiples que deben fortalecerse y la importancia de crear más acciones que potencien la creatividad de los adolescentes que están actualmente vinculados a la Institución.

En cuarto lugar, la *Rúbrica de creatividad* arrojó que el 80% de los 25 adolescentes aportó ideas originales, fluidas, llamativas de manera activa y propositiva durante todos los talleres colaborativos. Así mismo el test de Gardner evidenció que el 100% de los encuestados querían expresar lo que sienten, sus historias de vida y lo que han aprendido a través del lenguaje musical. Según estos resultados obtenidos, se concluye que la población de vulneración del ICBF necesita espacios de expresión de sus emociones, por lo que el arte y la música les serviría como herramienta altamente positiva para generar experiencias de vida significativas que aporten a un cambio socioemocional y por ende pueda servir, en el mejor de los casos, como un proyecto de vida.

En quinto lugar, los productos musicales resultantes demuestran que los adolescentes que participaron potenciaron el trabajo en equipo y la empatía hacia sus pares, demostraron habilidades creativas que les permitieron aportar ideas relacionadas con sus gustos. De esta manera, la identidad de cada uno de los participantes fue una característica importante para mantener el interés durante la producción musical.

Finalmente, se resalta que los participantes, a pesar de no sentirse preparados para enfrentar esta nueva experiencia musical, mostraron desde el comienzo una actitud entusiasta, un lenguaje amable y adecuado a la hora de expresarse. Logrando con ello manifestar sus observaciones o desacuerdos, resaltando positivamente en cada participante valores, habilidades, talentos y emociones. Todo el proceso permitió al equipo investigador cerrar con un cuestionamiento acerca de qué otras habilidades, cualidades o valores se hubiese podido descubrir y potenciar en los participantes, de haberse realizado los talleres creativos en otro ámbito artístico, por ejemplo, en las artes visuales o escénicas corporales en modalidad presencial.

## Bibliografía

Aguirre, G. (1992). *De eso que llaman antropología mexicana*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Alemán, X., Nancy, G., Guerra, P., Muñoz, R., Stampini, M., & et al. (2016). *Los efectos de la formación musical en el desarrollo infantil: una prueba aleatoria de El Sistema en Venezuela*. División de Protección Social y Salud. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Los-efectos-de-la-formación-musical-en>

el-desarrollo-infantil-Una-prueba-aleatoria-de-El-Sistema-en-Venezuela.pdf

Cabezuelo, G., & Frontera, P. (2010). *El desarrollo psicomotor*. Madrid: Narcea S.A. de Ediciones.

Cortés, D., & Fonseca, J. (2018). *Retos y dificultades de los hijos del Estado en el tránsito del asistencialismo a la vida independiente*. Bogotá: Repositorio de Politécnico Grancolombiano. Obtenido de <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/1203/LorenaCortes%20-VivianaFonseca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gardner, H. (2019). *Inteligencias Múltiples. La Teoría en la Práctica*. Barcelona: PAIDÓS Educación.

Hagreaves, D. (1988). *Música y desarrollo psicológico*. Barcelona: GRAÓ, de Serveis Pedagògics.

ICBF. (2020). *Lineamientos de atención para el desarrollo y fortalecimiento de los proyectos de vida de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes atendidos en los servicios de protección del ICBF*. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. Bogotá: ICBF. Obtenido de [https://www.icbf.gov.co/system/files/procesos/lm20.p\\_lineamiento\\_de\\_atencion\\_para\\_el\\_desarrollo\\_y\\_fortalecimiento\\_de\\_los\\_proyectos\\_](https://www.icbf.gov.co/system/files/procesos/lm20.p_lineamiento_de_atencion_para_el_desarrollo_y_fortalecimiento_de_los_proyectos_)

de\_vida\_de\_nnaj\_atendidos\_en\_los\_servicios\_de\_proteccion\_del\_icbf\_v3.pdf

Losada-Medina, M., & Botero-Caicedo, Y. (2018). Factores de resiliencia en un joven egresado de un medio institucionalizado del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. *Revista Criterio Libre jurídico*, 15(2), 4-8. doi:i: <https://doi.org/10.18041/1794-7200/criteriojuridico.2018.v15n2.5575>

Naciones Unidas, A. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*.

Schmidt, C. (2008). Construcción del cuestionario de emociones positivas en población enterreriana. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación*, 24.

Torrance, E. (1974). *The Torrance Test of Creative Thinking: Norms- technical manual*. Princeton: Personnel Press/Ginn.

UNESCO. (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Paris. Obtenido de <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity?hub=66535>

Vygotsky, L. (1986). *Imagination and Creativity in the Adolescent*. Chicago: University of Chicago Press.

# Fotografías

**Serie-  
Mi Ciudad  
Teruel,  
Restos de un  
Pasado que  
aún Perdura  
en Nuestros  
Días  
(primera parte).**

**Foto  
grafía: Ana  
Pobo**

Serie- Mi Ciudad Teruel, Restos de un Pasado que aún Perdura en uestros Días (primera parte).



Foto. Ana Pobo  
grafía.

Serie- Mi Ciudad Teruel, Restos de un Pasado que aún Perdura en Nuestros Días (primera parte).



Foto  
grafía: **Ana  
Pobo**



# Registro Etnográfico del Carnaval de Jadán: del Juego del Pucara a la Lucha Simbólica con el Agua<sup>4</sup>

## Ethnographic Record of Jadán's Carnival: From the Game of *Pucara* to the Symbolic Struggle with Water

Verónica Siavichay<sup>5</sup> y María Teresa Arteaga<sup>6</sup>

### Resumen

El carnaval ha sido estudiado desde diferentes perspectivas y contextos, pues al tratarse de una celebración a nivel mundial, en el mundo cristiano cada población lo concibe y lo celebra de diferentes maneras. A partir de esta diversidad se han generado particularidades en las celebraciones, como en el caso de la parroquia de Jadán donde sus habitantes transmiten por medio de todo tipo de expresiones culinarias, artísticas, rituales, etc., las creencias, las costumbres y las adaptaciones en esta fiesta. Desde esta perspectiva, se planteó como interrogante: ¿cómo ha cambiado la celebración del carnaval en la parroquia de Jadán? Para responderlo se utilizó la metodología etnográfica con las técnicas: bola de nieve, observación, diario de campo, fotografía, entrevista abierta y semiestructurada, y grabación. Luego, con el análisis y la interpretación de la

información primaria se registraron diferentes actores, contextos y elementos que intervienen en la festividad. En este sentido, los resultados obtenidos permitieron conocer más a fondo las prácticas y las creencias antes y durante la fiesta, así como, la gastronomía, la música, los personajes, entre otros, que forman parte de la memoria colectiva de los pobladores.

*Palabras clave:* Carnaval, memoria, Jadán, agradecimiento, luchas simbólicas

### Abstract

Carnival has been studied from different perspectives and contexts, because as it is a worldwide celebration, in the Christian world each population conceives and celebrates it in different ways. From this diversity, particularities have been generated in the celebrations, as in the case of the parish of

4 Este artículo está basado en la monografía de pregrado titulada *Estudio etnográfico del carnaval en la parroquia de Jadán de la Universidad de Cuenca*, Ecuador.

5 Licenciada en Historia y Geografía por la Universidad de Cuenca-Ecuador. Docente de educación secundaria.

6 Coordinadora de investigación de la Maestría en Educación, mención Inclusión educativa y Atención a la diversidad, Universidad de Cuenca. Doctoranda en Historia y Arqueología por la Universidad Complutense de Madrid. Magíster en Estudios de la Cultura por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

Jadán where its inhabitants transmit through all kinds of culinary, artistic, ritual expressions, etc., the beliefs, customs and adaptations in this party. From this perspective, the question was raised: how has the celebration of carnival changed in the parish of Jadán? To answer it, the ethnographic methodology was obtained with the techniques: snowball, observation, field diary, photography, open and semi-structured interview, and recording. Then, with the analysis and interpretation of the primary information, different actors, contexts and elements involved in the festivity were recorded. In this sense, the results obtained allowed us to learn more about the practices and beliefs before and during the festival, as well as the gastronomy, music, characters, among others, that are part of the people's collective memory.

*Keywords:* Carnival, memory, Jadán, gratitude, symbolic struggles

## Introducción

La palabra “carnaval” proviene etimológicamente del término “*carnavale*” que alude a un tiempo específico para consumir carne, y éste del latín vulgar “*carne-levare*” que significa abandonarla. De ahí que sea concebido como una celebración pública opuesta a la cuaresma, es decir, al tiempo de ayuno y abstinencia (Guerra, 2014). Se refiere, entonces, al consumo y al festejo de la carne antes del Miércoles de Ceniza (Delgado, 2009). Por otra parte, el carnaval es una fiesta sagrada y profana de los pueblos que lo relacionan con lo mágico y lo religioso, pues se trata de un momento en que, al desaparecer toda ley u orden social, las personas gozan de plena libertad y festejan a través de ciertas acciones previamente establecidas (Ríos, 2009). Desde esta perspectiva, esta festividad es entendida como una forma de vida concreta en un tiempo establecido, donde la

risa, el humor, lo cómico y el drama surgen como manifestaciones de la alegría y la pérdida de poder tanto civil como eclesiástico (Bajtín, 2003). Así, para Cano (2011) & Guerra (2014), el carnaval se refiere a un momento para liberar emociones y sentimientos vinculados a temas de abundancia, júbilo, desorden y demanda de autoridad. De ahí que la incorporación de disfraces, máscaras, comparsas, bailes folclóricos, atuendos, música, etc., resalten el espíritu de rebeldía de quienes lo practican (Pérez, 2014). Además, para Mariano & Endere (2017) este acontecimiento da cabida a las expresiones culturales de los colectivos que salen a las calles a compartir, festejar y revivir sus creencias, conocimientos, valores e ideas.

Por su parte, Arévalo (2009) menciona que las fiestas, y en especial el carnaval, forman parte del patrimonio cultural de los diferentes grupos humanos, ya que se refiere a una forma de vida donde se pone en manifiesto la identidad de los participantes. En cambio, para Allegrucci (2016) esta festividad se inserta en la memoria colectiva, puesto que su valor recae en los relatos orales; en otras palabras, en aquellas memorias que se mantienen y refuerzan el sentido de pertenencia. No obstante, Solano (2017) lo define como un encuentro comunitario, que va en busca de la alegría y la diversión de los carnavaleros, donde por su voluntad participan de actividades en espacios y tiempos definidos. En consecuencia, esta celebración, desde tiempos inmemorables, es concebida como la fiesta más importante de las comunidades que la interpretan como una inmensa obra teatral llena de rituales, disfraces, bailes, mitos, comidas y bebidas en exceso (González, 2018).

En Ecuador existen diferentes elementos y formas de festejo. Su fecha de celebración, como en todos los países católicos, varía con relación a la cuaresma y la Semana Santa. Así, por ejemplo, en Guaranda, en el siglo XX, la clase obrera se vestía con su mejor

traje e iba a celebrar en casa de su patrón. Los patios internos de las viviendas eran el sitio adecuado para jugar y deleitarse de gallinas, cuyes, mote (maíz cocinado), papas, frutas, bebida, entre otros, que eran ofrecidos (Instituto Nacional de Patrimonio [INPC], 2002). Mientras que en Ambato se trata de una fiesta que se organiza con meses de anticipación; desde agosto los habitantes empiezan a planificar ciertas expresiones basadas en los valores y las costumbres del lugar (INPC, 2009). Esta expresión cultural se conoce como la Fiesta de las Flores y las Frutas.

Esta investigación se concentra en el carnaval de la parroquia de Jadán del cantón Gualaceo, cuyos pobladores realizan una serie de actividades en los tres días festivos como formas de expresar regocijo y agradecimiento. Así, se muestra un exceso de alimentos distribuidos en más de doce platos, la chicha de jora como bebida fermentada de maíz, la música acompañada de ciertos instrumentos como el pijuano y la visita de los chiveros a los hogares en busca de comida. También participan la ñusta raymi, el taita y la mama carnaval, y se practica la shitana y la Pucara, juego que se ha resignificado a pesar de haberse prohibido en otros tiempos.

Como se puede observar, es una celebración que presenta una serie de características y particularidades. Sin embargo, sobre el tema hasta la fecha se han encontrado tan solo un manual, titulado *El carnaval en Jadán: expresión festiva de la cultura de Jadán y la resistencia popular* (1998), que alude al carnaval de la comunidad del Carmen de Jadán, y una nota de prensa de *El Tiempo* (2018). De ahí que se consideró pertinente acercarse a la celebración, para poder comprender el significado y el sentido que tiene para esta población. Por lo cual, este estudio se propone registrar las continuidades y los cambios del carnaval de Jadán desde las concepciones o las interpretaciones de los pobladores.

## Metodología

Para el estudio del carnaval de Jadán se empleó la metodología etnográfica, la cual incita al contacto directo del investigador con las personas mediante el trabajo de campo para recopilar información oral y audiovisual. Guber (2011) afirma que la etnografía es un quehacer complejo, que debe lograr la construcción de una realidad que supone la descripción de un grupo, una comunidad o una cultura con relación a lo que hace y al significado que le da. De conformidad con esto, Restrepo (2016) la entiende como un método de investigación para describir situaciones presentes en la vida de las personas a través de su reflexividad. Por ello, se deben tener en cuenta dos aspectos: conocer lo que la gente hace (las prácticas); y, comprender el significado que tiene para esa población realizar ciertas acciones.

Como se ha mencionado, aunque el carnaval en Jadán se desarrolle en tres días específicos, su preparación toma varios meses. De ahí que se hayan considerado dos tiempos: el primero alude a la forma en que el Consejo de pastoral se encarga de todos los preparativos: alimentación, invitación a todos los sectores de la parroquia, arreglos del lugar y otro tipo de gestiones necesarias. El segundo se refiere a la fiesta y sus componentes: distribución y organización de todos los grupos, lugar de encuentro, personajes que ocuparon diferentes roles, música, danzas, comida, bebida, dulces, ventas, vestuarios, instrumentos musicales, carros alegóricos, agua, espuma, polvo y público en general.

Para dar cuenta de estos tiempos, actores y aspectos se utilizaron las siguientes técnicas. Para la entrevista semiestructurada se eligió una muestra conformada por las autoridades y los exrepresentantes civiles como eclesiásticos. No obstante, se incluyeron también a personas del sector de El Carmen,

donde inició la celebración. En segundo lugar, una semana antes se estableció contacto con el párroco, quien permitió el acercamiento a otros pobladores (regidores, alcaldes y autoridad política, y moradores de El Carmen). Por ello, debido a que es una autoridad eclesiástica reconocida y tiene una mayor

vinculación con la población de Jadán, el sacerdote fue el primer informante. También es la cabeza principal del Consejo de pastoral, encargado de la administración de la iglesia y ciertas celebraciones como el carnaval. En total se realizaron catorce entrevistas.

**Tabla 1**

Nombres y cargos de los entrevistados

| Entrevistado     | Función en la parroquia                 |
|------------------|---|
| Roberto Gallardo | Párroco                                 |
| Alicia Zumba     | Teniente política                       |
| Rosa Sisalima    | Presidenta del grupo de adultos mayores |
| César Lliguin    | Regidor de la parroquia                 |
| Leonardo Tigre   | Presidente de la Junta parroquial       |
| Rosendo Villa    | Exregidor de la parroquia               |
| Fidel Zumba      | Prefecto de la parroquia                |
| Manuel María     | Exregidor de la parroquia               |
| Gonzalo Zhispon  | Habitante de Jadán                      |
| Gonzalo Jadán    | Habitante de Jadán                      |
| Rosa Lliguin     | Habitante de Jadán                      |
| María Cajamarca  | Habitante de Jadán                      |
| María Corte      | Habitante de Jadán                      |
| Gregorio Sancho  | Habitante de Jadán                      |

El testimonio oral que proporciona la entrevista, por medio de la grabación de audio, ofrece un entendimiento más claro sobre lo que piensan los habitantes de Jadán para preparar y celebrar el carnaval (San Vicente, 2010). Se hizo observación *de todo* el contexto del carnaval, lo cual fue registrado de forma escrita, todos los días, en el diario de campo como “relato personal” (Cerri, 2010). A su vez fueron fotografiados ciertos momentos, actividades y actores importantes en la celebración. Tanto para las grabaciones de audio y la toma de fotografía se contó con el consentimiento oral previo, libre e informado de las personas.

En cuanto al trabajo de gabinete, se procedió a la *desgrabación* de audio mediante una “redacción natural” (Restrepo, 2016). Sin embargo, se omitieron

interjecciones, ideas que no tienen que ver con el tema y palabras repetidas. Se procedió a la sistematización de datos que, según Soneira (2006), corresponde a la organización o codificación de toda la información recogida. Luego, se pasó a la categorización como “una tarea de detección y desmenuzamiento de temas y subtemas, de diferenciación y de vinculación, de asociación y de comparación” (Ameigeiras, 2006, pág. 138). De ahí se establecieron categorías a partir de la redundancia o la particularidad como: carnaval, prioste, organización, tiempo, comida, bebida, música e instrumentos musicales. Además, se identificaron personajes y elementos como taita carnaval, mama carnaval, chivo carnavalero, chivo michic, ñusta raymi, carros alegóricos, shitana, pucara, cruz, así como abundancia, agradecimiento,

compartir, entre otros. Todo ello en diálogo con la revisión bibliográfica.

## Resultados y Discusión

### Historia de la Parroquia Jadán

Bueno (1998) señala que, al igual que otros asentamientos humanos, esta parroquia pertenecía a la nación cañari y se le conocía como Hanan o Hatan. Pero con la invasión incaica se le atribuyó el nombre de Jahuancay (tierras de arriba, en quichua). Miller (2012), por su parte, manifiesta que Jadán es la segunda designación dada por los habitantes del cantón Gualaceo, puesto que en primera instancia se llamaba “Jahuancay”, para finalmente ser denominado San Andrés de Jadán a finales del XVIII e inicios del XIX. Esto, por un lado, en honor a un cacique de apellido Jatan, quien hizo una donación de terrenos para la construcción de una capilla, un convento y una plaza central. Por otro lado, está relacionado con las creencias religiosas, ya que los pobladores se encomendaban y agradecían por los favores otorgados al apóstol San Andrés.

Jadán se encuentra al Sur del Ecuador en la provincia del Azuay a 28 Km de Cuenca y a 17 Km de la cabecera cantonal de Gualaceo (Miller, 2012). Posee una superficie de 5213,64 hectáreas, una altitud de 2261 msnm y su temperatura promedio es de 12°C. Limita al norte con las parroquias Nulti del cantón Cuenca y San Cristóbal del cantón Paute, al sur San Juan y Zhidmad del cantón Gualaceo, al este con el centro cantonal de Gualaceo, y al oeste con las parroquias Paccha y Nulti del cantón Cuenca. Además, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda (INEC 2010), esta parroquia está conformada por 4326 habitantes (2284 mujeres y 2042 hombres), quienes se encuentran distribuidos en diez comunidades: Jadán centro, Pucamuro, Santa

Rosa de Chichín, Granda, El Carmen, Uzhoc, Vegas Pamba, Llayzhatán, El Progreso y San Juan Pamba (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), 2015).

La población de Jadán realiza actividades agrícolas, ganaderas, de silvicultura, pesca y artesanías. De este modo, se presencian cultivos de ciclo corto como: maíz, fréjol, habas, trigo, arvejas y papas, para la subsistencia y el autoconsumo. En la crianza animales están ganado ovino, vacuno y porcino. En cuanto al trabajo artesanal aún se elaboran ponchos, macanas, frazadas, chompas de lana de oveja y otras confecciones con hilo de lana, que son tejidas a través del telar. Finalmente, existe una población menor que se dedica a ciertos oficios como: venta de productos de primera necesidad, construcción, servicios de comida y de alojamiento (PDOT, 2015).

Al ser Jadán una parroquia rural, la gente aprovecha de los medios que les provee la naturaleza para beneficiarse y cubrir sus necesidades básicas. No obstante, debido a la falta de empleo y a las condiciones económicas (baja producción y productividad agropecuaria), los habitantes han migrado hacia el exterior. Dentro de los grupos migratorios, se registran: una población joven, entre los 20 y 29 años; y personas de 30 a 39 años quienes también han dejado su parroquia. Cabe señalar que la mayoría representa a una población masculina, pues un 75% son hombres (PDOT, 2015).

### La llegada del Carnaval: Entre la Historia y la Memoria

El origen del carnaval para los pobladores es narrado y recordado desde diferentes concepciones y creencias. Así, para Gonzalo Zhispon (2020), morador de Jadán, el inicio de la celebración es producto del choque cultural entre los incas y los españoles. Además, recuerda que sus abuelos le contaban que primero

fue la cultura aymara, donde se jugaba o se realizaba el pucara. Luego, con la llegada de los españoles se incluyó lo eclesiástico y la fe cristiana. Por otra parte, Alicia Zumba (2020), teniente política, explica que el término “*carnevale*” significa quitar la carne, justamente por ello, la parroquia celebra tres días antes de iniciar la cuaresma. Esta concepción, según Baquero & Martínez (2012) se refiere a un tiempo fijo para comer la carne en exceso, desmedirse y perder el control antes de ingresar al periodo de penitencia y abstinencia, según los preceptos de la Iglesia católica.

Roberto Gallardo (2020), párroco explica que, en este tiempo, “la gente se libera, se desestresa, se encuentra y opta por celebrar el carnaval”. Así, se trata de una fiesta de alegría, donde los pobladores se reúnen para jugar, mojarse con agua y divertirse a través de máscaras y ciertas vestimentas como sinónimo de “rebeldía y burla”. De igual manera, Rosa Sisalima (2020), presidenta del grupo de adultos mayores, recuerda: “nuestros mayores habían comentado de los abuelitos, de los mayores, que era para ellos como una fiesta que han realizado al salir de la esclavitud. Por eso, se disfrazaban, comían bastante y bailaban”. Esto, según Bajtín (2003), son nuevas actitudes que toman las culturas para mostrar desafío o desobediencia a las autoridades y a las reglas que les son impuestas. En este sentido, el carnaval es la fiesta de libertades, cuerpos, gozo, abundancia y teatralidad.

Con estas festividades se rememora las prácticas de los padres, los abuelos y de quienes nos antecedieron. María Cajamarca (2020), habitante de la parroquia, cuenta que para ella el carnaval es una forma de recordar a las generaciones anteriores y su infancia, pues señala “las personas mayores ya preparaban la fiesta. Por eso, a mi parecer es un recordatorio de nuestros antepasados que hicieron esos vestidos;

disfraces de chivos que se llaman, legalmente se saca el cuero de un animalito que se llama chivo”. En otras palabras, la celebración del carnaval permite traer al presente acciones, prácticas y creencias vinculadas a la vida de quienes ya no están, pero que a través de la memoria y la repetición se hacen presentes otra vez (ver imagen 1). En palabras de Halbwachs (1995) “Sin duda reconstruimos, pero esa reconstrucción se opera según líneas ya marcadas y dibujadas por nuestros otros recuerdos o por los recuerdos de los demás” (pág. 211). Se puede así considerar que el carnaval es celebración, rememoración y enseñanza. César Lliguin (2020), regidor de la parroquia, recuerda que:

A mí me han dicho algunas personas que el carnaval es santo y yo sí creo. [...] mi esposa breve decía, voy hacer, voy hacer tales cosas, y yo le respondía: ¡qué vas a estar haciendo nada! Pero antes de llegar, es decir, ocho o quince días antes me pasaba cualquier cosa. Ahí me decía mi mamacita: ¡oye, vos no tienes fe, el carnaval es santo, debes tener esa fe, ese cariño! Desde ese momento, yo dije hagamos y a partir de ahí ya no me pasa nada, ahora lo hago con todo cariño, por eso yo sí creo que es santo. Por ello, se realiza y yo también lo celebro con mucho carisma.

## Figura 1

El Carnavál de Jadán



Las familias se dirigen al parque de la parroquia llevando diferentes vestimentas, bombas con agua, maicena y espuma de carnaval [Fotografía]. Por Siavichay, V. (2020). Gualaceo.

El carnaval también se caracteriza por ser una fiesta inclusiva, al respecto María Corte (2020) explica que “el carnaval es para pobre y rico, porque en él juegan grandes, niños, mayores y todos en general. Además, porque no es necesario que haya dinero [...] porque solo se divierte con agua y con un polvito”. Bajtín (2003) propone que la fiesta se trata de una forma de vida, donde expresiones como la risa, el humor y lo cómico permiten ingresar a un mundo libre de clases sociales, límites o fronteras. De esta manera, se puede decir que el carnaval, al suprimir temporalmente las diferencias sociales, promueve unión, igualdad y fraternidad entre familias, vecinos y comunidades.

## **Los Priotes y las Familias Reciben al Carnaval:**

### **Las Acciones de Dar y Recibir**

Para Botero (1991) el prioste es una persona de prestigio y de poder que asume un rol dentro de una sociedad, pues es quien, en tiempos de fiesta, reparte (comida, bebida, regalos, dinero, entre otros) lo que ha sido acumulado o donado en el transcurso de los días. Por otra parte, es una figura simbólica que incita y fomenta la reciprocidad entre miembros de una comunidad. Sin embargo, el priostazgo no se realiza de manera solitaria, pues se está acompañado por un grupo de personas que participan de diversas formas. César Lliguin (2020), prioste, explica que esta

*“Los que organizan el carnaval digamos así son los fiscales, prefectos y regidores mayores, quienes son de la iglesia y también los que participan con los tradicionales chivos. Aquí, los fiscales y regidores que forman parte de la iglesia, son personas que se comprometen a trabajar dentro de ella y a mantener las costumbres que tiene nuestra parroquia. En sí, una de sus actividades es siempre mantener la tradición de aquí, como la tradicional la shitana. Pero también trabajan dentro de la iglesia, es decir, se ocupan también de las celebraciones como la Semana Santa, el jueves del lavado de los pies”.*

Antes, durante y después de la fiesta se realizan una serie de actividades tanto a nivel institucional

acción no la puede realizar cualquier persona, sino que se busca a aquel que tenga una buena relación y comunicación con las autoridades. Además, debe conocer las costumbres de la parroquia, colaborar, contar con tiempo disponible y, sobre todo, ser un buen ser humano.

Rosendo Villa (2020), exregidor, comenta que también se designan tres grupos de representantes más: regidores, fiscales y prefectos, quienes junto con al párroco constituyen “los cuatro pilares fundamentales de la Iglesia”, pues deben “de manera desinteresada trabaj[ar] para el bien de la parroquia”. Asimismo, es preciso señalar que tanto la elección como la aceptación de estos cargos son considerados asuntos serios. César Lliguin (2020) recuerda que una vez quiso “escapar del compromiso”; sin embargo, fue sorprendido por varios pobladores quienes pedían que asumiera este rol. También, cuenta que, según su experiencia, ocupar un cargo de esta índole es ante todo una responsabilidad social y debe cumplirse de la “mejor manera posible para dejar un buen recuerdo a la parroquia”. Por ello, explica que su trabajo inicia desde el momento del compromiso a servir a la Iglesia, pues, desde ese instante, él y los demás priostes deberán buscar las formas de llevar a cabo las actividades carnavalescas. Estas, según Alicia Zumba (2020), se constituyen de la siguiente manera:

(GAD y la Iglesia) como familiar. De esta forma, los entrevistados cuentan que, una vez finalizada la

celebración de año nuevo, el Consejo de pastoral empieza a planificar el carnaval. Así, Roberto Gallardo (2020) señala que luego de haber definido las actividades, se llama a los representantes de las comunidades y a la Junta parroquial para informar las decisiones tomadas, por ejemplo, con relación a las candidatas, hora de desfile, lugar de concentración, etc.

Rosa Lliguin, moradora de la parroquia, y Alicia Zumba (2020) explican que en los últimos años la autoridad política colabora con la pastoral, pues asumen y hacen posible la fiesta del día domingo. De esta manera, Leonardo Tigre (2020), presidente del GAD parroquial, señala que con la celebración se busca “rescatar la cultura, apoyar a la práctica de las viejas costumbres y otras situaciones como esas”, para lo cual se destinan recursos económicos. Así, Alicia Zumba (2020) comenta que, durante los meses de preparación, las autoridades política y eclesiástica buscan los recursos necesarios para esos días. De ahí que, desde la primera concentración, cada grupo “empieza a preocuparse por los premios que hay que adquirir, los concursos por realizar y otros preparativos”.

Fidel Zumba (2020), miembro del grupo de prefectos, cuenta que luego de quince días de la primera reunión, los representantes coordinan y se distribuyen de forma equitativa las tareas a realizar. Así, recuerda que en los años anteriores las reuniones se realizaban en la casa de alguno de los sacerdotes; sin embargo, en la actualidad han sido en parte reemplazados por las llamadas telefónicas que permiten la comunicación y la organización de la fiesta. Así, una vez que todo está en consenso, se invita a las diferentes comunidades. Esto se relaciona con García & Tacuri (2006) quienes afirman que el sacerdote es quien recuerda, convoca o anuncia la celebración.

Por otra parte, las familias también se organizan para participar en el evento y recibir al carnaval. Así, Gonzalo Zhispon (2020) recuerda que en su infancia una vez finalizada la Navidad, los diferentes hogares empezaban con regocijo a planificar. Las mujeres criaban animales y preparaban alimentos para la celebración. Asimismo, los hombres con sus hijos empezaban a limpiar y arreglar tanto el cuero de chivo como la cruz. Gonzalo Jadán (2020), habitante de la parroquia, cuenta que a más de tener listo todo, los adultos y los niños empezaban desde semanas antes a jugar con “el agua de los riachuelos, los pozos y las vertientes, ya que no se contaban con agua potable”.

Roberto Gallardo (2020) recuerda que por mucho tiempo sus abuelos y padres “jugaban el carnaval con los restos de comida, las cáscaras de los granos tiernos y hasta con la tizne u hollín de las ollas de barro”. No obstante, en la actualidad progresivamente se han incluido otros elementos y formas de diversión, como la maicena, el talco y la espuma de carnaval. Además, según él, “la gente ya no quiere participar con el mismo entusiasmo de antes, los jóvenes ya no se disfrazan y no participan de la misma forma”. Al respecto, María Cajamarca (2020) añade que ahora a la juventud solo le interesa emborracharse. Sin embargo, pese a los cambios, como consecuencia de la globalización, que son continuamente manifestados por los entrevistados, la fiesta se sigue realizando. En cuanto a participación de los jóvenes, existe una constante por parte de los adultos y adultos mayores en creer que todo tiempo pasado fue mejor, de ahí que la percepción de los pobladores sea muchas veces de melancolía, de añoranza a unas formas de celebrar la fiesta que ahora han cambiado.

## Conclusiones

El carnaval de Jadán forma parte de la memoria y el presente colectivos de los pobladores, ya que descansa sobre un conjunto de recuerdos acumulados y transmitidos de padres a hijos y de abuelos a nietos; pero, también sobre adaptaciones y resignificaciones. De ahí que los comportamientos, las actitudes y los sentidos de esta celebración provengan de un pasado común, familiar y comunitario. Además, está presente en la vida de los pobladores como recreación, esparcimiento y descanso de los quehaceres rutinarios. En consecuencia, goce, disfrute y libertad aparecen a través del juego, bailes, danzas, deleites gastronómicos, entre otras, que crean nuevas formas de ser y de estar, en definitiva, una nueva vida.

Por otro lado, si bien las jerarquías sociales están presentes al momento de preparar la fiesta (consejo de pastoral, sacerdotes, autoridad política), durante la celebración, éstas se diluyen, se ocultan o se enmascaran en el disfraz, el juego, la música y la danza. Esta particularidad también se refleja cuando dichos representantes, al igual que el resto de los pobladores (hombres, mujeres, adultos y niños), se revisten de chivos, taitas o mamás carnavales y participan del juego con agua, polvo y espuma. Asimismo, la comida y la bebida compartidas son parte sustancial del festejo, pues su abundancia está relacionada con creencias, costumbres y la manera de percibir la fiesta. Así, estos elementos son el reflejo de la abundancia y el agradecimiento al Taita Carnaval y a la Pachamama por los productos bendecidos. Además, son entendidos como un elemento de cohesión social, ya que para prepararlos implica una gran cantidad de trabajo colaborativo en donde la sabiduría y el conocimiento de quienes cosechan, elaboran y comparten, fortalece el sentido de pertenencia e identidad.

## Referencias

- Allegrucci, M. D. (2016). EL carnaval: recorridos, matrices y significantes de las expresiones murgueras de la ciudad de La Plata. *Letras*(4), 109-125.
- Ameigeiras, A. R. (2006). El abordaje etnográfico en la investigación social. En I. Vasilachis de Gialdino, *Estrategias de Investigación cualitativa* (págs. 107-151). Barcelona: Gedisa Editorial.
- Arévalo, J. M. (2009). Los carnavales como bienes culturales intangibles. Espacio y tiempo para el ritual. *Gazeta de Antropología*, 25(2), 1-12.
- Bajtín, M. (2003). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid: Alianza Editorial.
- Baquero, E. A., & Martínez, P. A. (2012). *Estudios de literatura medieval*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Botero, L. (1991). *Compadres y sacerdotes: La fiesta andina como resistencia cultural*. Quito: Editorial Aby Yala.
- Bueno, A. (1998). *El carnavales en Jadán: expresión festiva de la cultura de Jadán y la resistencia popular*. Cuenca: Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión.
- Cano, F. M. (2011). Las máscaras mexicanas y el carnaval. *Revista Comunicación*(28), 195-208.
- Cerri, C. (2010). La importancia de la metodología etnográfica para la investigación antropológica. El caso de las relaciones de valores en un espacio asociativo juvenil. *Revista de Investigación y Formación en Antropología*(13), 1-32.
- Delgado, R. (2009). *Conferencia magistral. Rituales, identidades, comidas y bebidas: patrimonialización, usurpaciones simbólicas y comensalías*. Lima: Instituto Nacional de Cultura del Perú.

- García Miranda, J. J., & Tacuri Aragón, C. (2006). *Las fiestas populares tradicionales de Perú*. Quito: Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (IPANC).
- González Díaz, C. A. (2018). Sobre la cultura popular: Un acercamiento. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Época III, XXIV(47)*, 65-82.
- Guber, R. (2011). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Guerra, S. (2014). *El Retorno del Carnaval*. Santiago: Universidad de Chile.
- Halbwachs, M. (1995). Memoria colectiva y memoria histórica. *Revista española de investigaciones sociológicas(69)*, 69-95.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2002). *Carnaval de Guaranda*. Acuerdo Ministerial N.º 4291.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2009). *Fiesta de la fruta y de las flores*. Acuerdo Ministerial N.º 169-09.
- Mariano, M., & Endere, M. (2017). Carnavales y patrimonios: diálogos sobre identidades y espacios de participación. *Revista Digital de Arqueología e Historia desde el Caribe(32)*, 8-38. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/memor/n32/n32a03.pdf>
- Miller, P. (2012). La Parroquia Jadán. *Revista Cuenca Ilustre*.
- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: Alcances, técnicas y éticas*. Bogotá: Envió editores.
- Ríos Acuña, S. (2009). *Tiempos de carnaval y vestidos de fiesta en los valles del Mantaro y Yanamarca*. Cuenca: Repositorio Digital CIDAP.
- San Vicente, J. (2010). Guía básica para el conocimiento de la investigación etnográfica. En *Etnografía, Etnología, Técnicas Etnográficas* (págs. 1-30).
- Sistema Nacional de Información. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial "Jadán"*. Obtenido de [https://app.sni.gov.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusresolucion/0160037430001\\_DIAGNOSTICO\\_Jadan%2030%20Oct\\_30-10-2015\\_11-40-03.pdf](https://app.sni.gov.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusresolucion/0160037430001_DIAGNOSTICO_Jadan%2030%20Oct_30-10-2015_11-40-03.pdf)
- Solano, L. R. (2017). Las "acciones carnavalescas": una propuesta metodológica para abordar la fiesta a partir de dos ejemplos caribeños. *Revista Brasileira do Caribe, 18(34)*, 30-50.
- Soneira, A. (Barcelona). La teoría fundamentada en los datos (Grounded Theory) de Glaser y Strauss. En Vasilachis, I. (coord.). *Estrategias de investigación cualitativa*, 153-173.

Título: Línea en el Horizonte



Título: Lunas Oxidadas



fotografía: **Federico y Camilo Gaitán**

# Economía Colaborativa

## Una Respuesta para la Articulación de Jóvenes Creadores con el Sector Audiovisual Colombiano

Natalia Andrea Argüelles Suárez<sup>7</sup>, Estephany Alejandra De Castro<sup>8</sup>, Angélica María Garzón<sup>9</sup>, Paula Hernández<sup>10</sup>, Lucy López<sup>11</sup> y Camilo Andrés Torres<sup>12</sup>

### Resumen

El presente artículo analiza el modelo de la *economía colaborativa* en el contexto de la brecha entre creadores audiovisuales en etapa de profesionalización y la industria audiovisual del país, a partir de la comprensión conceptual del modelo y sus bases económicas fundamentales. Se procede de la siguiente manera: (i) se analizan las dinámicas de consumo, su impacto y la academia en el marco del sector audiovisual (ii) Se asocian las características de la economía colaborativa con los factores analizados de la industria y se plantean acciones claves como posibles soluciones a la problemática evidenciada. (iii) Finalmente se presentan proyectos de referencia

para la adopción de un modelo con características de la economía colaborativa que dé oportunidades más justas e inclusivas con los jóvenes creadores.

*Palabras claves:* Economía colaborativa, trabajo en red, mercado, sector audiovisual, creadores universitarios, plataformas digitales, crowdfunding.

### Abstract

This article analyzes the model of the collaborative economy in the context of the gap between audiovisual creators in the professionalization stage and the audiovisual industry of the country, based on the conceptual understanding of the model and its

7 Ingeniera industrial. Estudiante de la Especialización en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Email: [nataliargs21@gmail.com](mailto:nataliargs21@gmail.com)

8 Realizadora y productora audiovisual. Estudiante de la Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Email: [tefydc@gmail.com](mailto:tefydc@gmail.com)

9 Productora ejecutiva, comunicadora social, docente de la Universidad Uniagustiniana, estudiante de la Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Email: [angiegamu@gmail.com](mailto:angiegamu@gmail.com).

10 Comunicadora social. Estudiante de la Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Email: [paulahernandezd8@gmail.com](mailto:paulahernandezd8@gmail.com)

11 Profesional en lingüística y literatura, especialista en gerencia y gestión cultural, estudiante de la Maestría en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Email: [lucy.lopez01@correo.usa.edu.co](mailto:lucy.lopez01@correo.usa.edu.co)

12 Profesional en Ciencias de la Información y Bibliotecología. Estudiante de la Especialización en Gestión Cultural y Creativa de la Universidad Sergio Arboleda. Email: [camilo.torres04@correo.usa.edu.co](mailto:camilo.torres04@correo.usa.edu.co)

fundamental economic bases. Proceed as follows: (i) consumption dynamics, their impact and academy are analyzed within the framework of the audiovisual sector (II) the characteristics of the collaborative economy with the analyzed factors of the industry are associated and actions are proposed Keys as possible solutions to the evidence. (iii) Finally, reference projects are presented for the adoption of a model with characteristics of the collaborative economy that gives more just and inclusive opportunities with young creators.

*Keywords:* Collaborative economy, networking, market, audiovisual sector, university creators, digital platforms, crowdfunding.

## **¿Por qué es Necesario Hablar de las Economías Colaborativas Como una Vía Para el Acceso de los Jóvenes Creadores al Sector Audiovisual?**

Por medio de un acercamiento realizado a las universidades de la capital del país, enfocado a carreras de audiovisuales y a fines, se evidenció que la mayoría de los proyectos audiovisuales universitarios no cuentan con la financiación necesaria para su desarrollo ni con la visibilización requerida para su circulación, aún si estos están bien estructurados y listos para entrar a la etapa de producción.

Pese a que actualmente diferentes escenarios como mercados, festivales, ferias, convocatorias, entre otros, impulsan la producción audiovisual en el país, frecuentemente actúan en beneficio de aquellos que ya cuentan con una trayectoria y experiencia previa en la realización de algún producto audiovisual. Lo

que deja fuera del escenario a los que se inician en el campo y que de igual forma tienen la necesidad de realización profesional. Sin embargo, la economía colaborativa puede resolver este problema, pues a partir de ella se establecen modelos de gestión de carácter económico con organizaciones y/o empresas para el consumo, todo esto a través de plataformas tecnológicas que acercan a los actores involucrados en un diálogo a favor de los intereses de ambas partes.

## **Sector Audiovisual en Colombia: Impacto, Consumo y Academia**

Antes de justificar por qué la economía colaborativa puede llegar a satisfacer las necesidades del sector audiovisual y principalmente de los jóvenes creadores universitarios, es importante conocer las siguientes causas que ponen en consideración este modelo como una respuesta clave.

### **Impacto: El Sector Audiovisual y su Participación en la Economía Colombiana**

La creación de contenidos audiovisuales hace parte de las industrias culturales, aportando a la producción del consumo cinematográfico, televisivo y digital de los últimos años. En el resumen ejecutivo llamado *Colombia Audiovisual* se referencia la participación de esta industria en la economía del país, como una causa que impactó positivamente en la empleabilidad del sector. Pues, según la metodología aplicada para el desarrollo del documento, “a través de los canales de impacto directo, indirecto e inducido, generó en 2019 un estimado de 2.549 millones de dólares en VAB (valor agregado bruto), equivalente a alrededor del 0,8% de toda la economía colombiana” (Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, 2020). Según la Cámara Colombiana de Informática

y Telecomunicaciones más de 89.937 empleos fueron apoyados por las actividades de esta industria en ese año, un periodo en el que se registraron 7.099 mil millones de pesos de producción del sector audiovisual. Adicionalmente, estos datos de empleabilidad representan el 61% dentro de las industrias de la Economía Naranja, ocupando el primer lugar la producción de contenidos televisivos; el segundo, la producción cinematográfica y el tercer lugar, el aumento de producción de contenidos para plataformas digitales. El DANE por su parte, para el año 2019, informó que el sector audiovisual contribuyó con un estimado de 2.813 mil millones de pesos a la economía colombiana, equivalente al 0,4% de la economía total (Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, 2020).

De lo anterior se evidencia el fortalecimiento del sector en función a la producción. Sin embargo, estas cifras se vieron afectadas por la llegada del COVID-19 en el año 2020, pues según el informe titulado Impacto de la pandemia de la covid-19 en el sector audiovisual y del espectáculo en vivo en las Américas. Un estudio en ocho países muestra que:

Durante el segundo trimestre de 2020, el PBI colombiano se contrajo un 15,7% interanual y un 14,9% con relación a los primeros tres meses del año. En el sector de interés, la retracción en la actividad se sintió incipientemente durante el primer trimestre del año, para el que se constató una caída del 0,6% respecto al primer trimestre de 2019, que se profundizó durante el segundo, en el cual la baja alcanzó el 16,9% interanual. (Bulloni, Del Bono, Vocos, Cabrera, & Borroni, 2021)

Además, la pandemia repercutió directamente los ingresos de la fuerza de trabajo de esta industria, ya que, debido a la parálisis de la actividad, el confinamiento y la imposibilidad de rodar en

diferentes espacios, lo que afectó el 90% de los trabajadores que no contaban con un contrato laboral. A pesar de la situación sanitaria las tendencias de consumo siguieron en aumento, no obstante, hubo una transformación significativa en cuanto a la manera de consumir productos audiovisuales, ya que se incrementó exponencialmente el uso de dispositivos tecnológicos y el acceso a internet dentro del país, reduciendo la asistencia a salas de cine tras su cierre general.

### **Consumo: Migración a lo Digital y Preferencia de Contenidos**

Mientras hace 20 años se hablaba de radio, televisión o periódicos, por dar algunos ejemplos, hoy la masificación del internet y de los dispositivos móviles le ha permitido al consumidor acceder a una mayor variedad de contenido, dándole la oportunidad de elegir entre opciones adaptadas a sus propios criterios de búsqueda y no por una programación ya establecida (Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, 2020). Con relación a la oferta, los medios de comunicación en Colombia se extendieron hacia las plataformas digitales con el fin de entregar contenido diverso que incluye el formato de audio y video. Tal como las Plataformas OTT (*over the top*), que han logrado el 16% de penetración en los hogares del país según la Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC (CRC, 2022.). Esto como una respuesta a las preferencias demandadas por los colombianos, quienes hacen mayor uso de los dispositivos móviles y que cuentan ahora con fácil acceso a la red. Según el informe *Digital 2021: Global Overview Report* para el año 2020 se evidenció un incremento en casi todas las áreas digitales y de conectividad dentro del país, consecuencia principalmente provocada por la pandemia:

las conexiones telefónicas móviles aumentaron cerca de 1,9%, con un total de 1.1 millones de dispositivos móviles nuevos conectados en el territorio nacional. Del mismo modo aumentaron los usuarios de internet, cerca de 1.3 millones internautas nuevos, que representan un 4,0% del crecimiento. (Murcia, 2021)

En consecuencia, el COVID-19 fomentó el acceso a dispositivos y fortaleció la conexión de los colombianos a la red. Sin embargo, la tendencia de priorizar el contenido en digital se habría evidenciado desde años atrás, pues en el 2018, según el DANE, en las regiones del país del 60% al 70% de la población prefirió el contenido de video y por debajo del 50% eligió el cine. Pero, ¿qué pasa con el consumo de televisión tradicional? En Colombia aún existe un gran porcentaje que opta por la suscripción a operadores que ofrecen servicios de televisión por cable e incluyen en sus parrillas diferentes tipos de categorías para el disfrute y la circulación de la información noticiosa. El artículo del diario *La República*, citado atrás, habla de cómo conviven las plataformas y la televisión por cable en los hogares de los colombianos. También documenta, por un lado, las cifras de consumo tradicional de televisión y, por otro, las estadísticas relacionadas con las plataformas audiovisuales. Según el escrito, uno de los motivos para pagar suscripción a TV tradicional fue la preferencia por los contenidos de noticias y telenovelas. En el caso de las aplicaciones audiovisuales, fueron las películas (39%) y las series (34%) los motivos principales para pagar suscripción a una aplicación. Se resalta también que para el 2021, sólo el 29% de los hogares en Colombia tuvieron alguna plataforma audiovisual paga o no paga y que fue Netflix aquella mayormente acogida en los hogares colombianos con un 80% (Murcia, 2021).

Aunque se reflejan fluctuaciones en relación a los medios por los cuales se consumen contenidos audiovisuales, la demanda de los mismos va en aumento independientemente del medio de preferencia. Adicionalmente, el artículo infiere que es posible la convivencia simultánea de los operadores de TV por cable y la propuesta de diferentes plataformas digitales. Por lo tanto, se requiere una oferta que cumpla con el formato que cada uno de los medios plantea, asimismo con una continuidad en sus parrillas en cuanto a la variedad y calidad. Esto se traduce en una oportunidad para que nuevos creadores de contenido se sumen a participar de este ecosistema.

### **Academia: De Cara al Conocimiento, de Espaldas a la Realidad del Sector**

En los últimos años el sector educativo ha ayudado a fortalecer la industria por medio de la generación de espacios para dar a conocer los productos realizados por sus estudiantes. Algunos de ellos son la creación de múltiples festivales universitarios, foros, conferencias, entre otros. Pero, a pesar de que estos encuentros visibilizan los productos creativos de los universitarios, aún no existe un escenario que simule el proceso real que tiene que enfrentar el joven profesional a la hora de buscar fuentes de financiación para la ejecución de sus proyectos. De modo que todavía existe una gran desconexión entre los conocimientos otorgados por las universidades y las dinámicas financieras que demanda el sector audiovisual del país. De acuerdo con el artículo *La realidad de estudiar una carrera como el cine en Colombia* (2019), publicado en la sección de educación de la revista *Semana*, según datos estadísticos obtenidos, se tiene que en el país hay 65 programas de educación audiovisual en los que 3.200 personas finalizan sus estudios cada semestre, lo que conlleva a una sobreoferta de egresados.

En Colombia en los últimos años se ha notado una baja demanda laboral del sector audiovisual, pero, aun cuando los entes gubernamentales abren diversas convocatorias anualmente, los nuevos creadores de la industria no son capaces de afrontar los altos y bajos del sector, debido a que desde la academia obtuvieron un mayor enfoque en el ámbito de producción y no en la distribución, circulación y exhibición de sus productos. Al echar un vistazo a los pénsams académicos de las universidades que ofertan programas de pregrado en audiovisuales y afines, en la capital del país, únicamente solo dos universidades cuentan con un énfasis particular en la enseñanza de la producción ejecutiva. Se trata de la Corporación de Artes y Letras y la Universitaria Agustiniiana, donde profundizan temas como atraer inversores para el desarrollo de películas, o trabajos legales, guion, *marketing*, asesoramiento y supervisión.

Las academias restantes y por la forma en que estructuran sus planes de estudio, se enfocan en proporcionar a sus estudiantes una mayor teorización sobre la cadena de valor de la producción audiovisual, dejando de lado la práctica y escenarios “reales” del sector. En ese mismo sentido, de ahí que los nuevos creadores audiovisuales al momento de producir sus proyectos no cumplan las expectativas propuestas, ya que finalizan con un producto de baja calidad por la falta de recursos económicos para su ejecución. Una de las principales causas de estos escenarios son las pocas oportunidades del universitario para acceder directamente a los fondos de financiación (convocatorias, estímulos, festivales, entre otros), puesto que el estudiante no posee la misma experiencia y trayectoria que los grandes directores y/o creadores de contenidos audiovisuales, de tal forma que se genera una competencia desleal o una gran desventaja.

Por otro lado, con el auge de las nuevas tecnologías se han creado nuevos modelos de negocio vinculados al entorno digital, obligando a los creadores audiovisuales a adquirir nuevas competencias que les permitan progresar en múltiples áreas y en especial a las relacionadas a las nuevas formas de generación y distribución de contenidos (Aniorte, 2021). En tal sentido se considera una solución viable el uso de plataformas digitales como un medio para propiciar la financiación de productos audiovisuales, puesto que sus modelos económicos, en varios casos, funcionan a través del recaudo de fondos o financiamiento colectivo.

## **Economía Colaborativa: Conceptualización y Características**

Para entender el trasfondo y las implicaciones de la economía colaborativa, se puede comparar este modelo con la cotidianidad de diversas actividades que permiten la circulación de bienes entre una red cercana de contactos. Es entonces, una nueva visión a las prácticas culturales de prestarse entre amigos o familiares escaleras o martillos, de regalar la ropa de los hijos cuando ya no les sirve, prestarse dinero, el carro o compartir un viaje, a través del uso de Internet y las redes sociales. Por lo cual, se presentan a continuación otras definiciones que caracterizan este tipo de estructura económica. En referencia a un modelo de negociación, la economía colaborativa va de la mano con el intercambio de bienes o servicios entre particulares a cambio de una compensación, que no todas las veces debe ser monetaria entre las partes, pero de igual forma propicia el compartir de acuerdo a una necesidad de consumo (Durán-Sánchez et al., 2016).

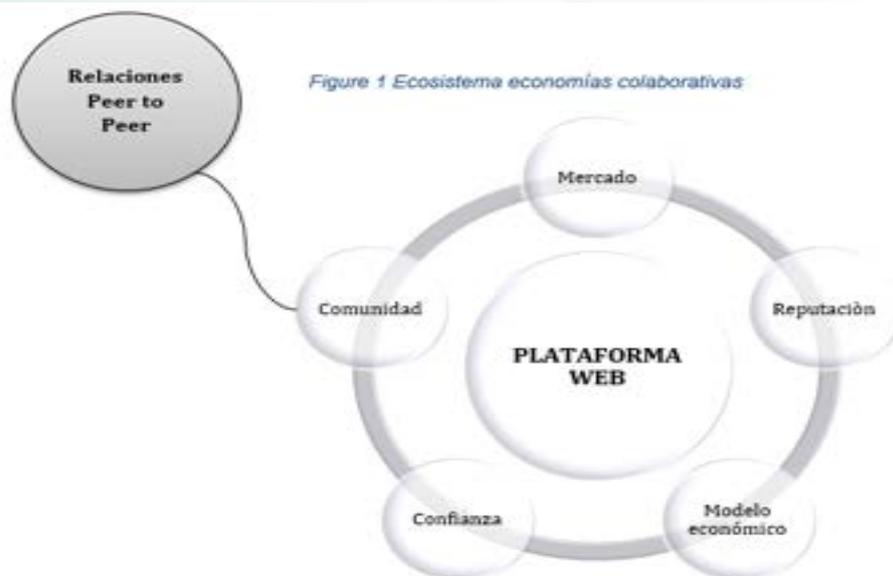
La economía colaborativa es pues, un modelo económico y de organización soportado en una plataforma electrónica que facilita el intercambio y el acceso temporal de bienes y servicios con participación de usuarios (prestadores-consumidores) de manera flexible y voluntaria para la construcción colectiva de trabajo en red (Argüelles, N et al., 2022). En consecuencia, estas tres definiciones se concentran en resaltar la necesidad de intercambio con la ayuda de las plataformas digitales, se deben tener en cuenta los siguientes factores de este modelo para ser aplicados en relación a la articulación del

talento humano que está a puertas de ingresar al mercado laboral de esta industria creativa.

### **Factores de la Economía Colaborativa: Una Propuesta para los Estudiantes y Agentes del Sector Audiovisual**

Este ecosistema cuenta con características, condiciones o factores que lo definen tales como: Tecnología; Confianza, reputación digital; Mercado: Productores y consumidores; Relaciones entre usuarios; Intercambio económico y legislación. En el gráfico a continuación se ejemplifica la manera en que interactúan dichos factores dentro del ecosistema de economías colaborativas.

**Figura 1**  
*Ecosistema de Economías Colaborativas*



Ahora bien, ¿Cómo podría la economía colaborativa ser una solución a las necesidades de los jóvenes realizadores audiovisuales a partir de sus características establecidas?

### **Relación del Modelo Económico: Oferta y Demanda**

En primer lugar, se pueden relacionar a través de una plataforma digital los dos públicos involucrados, por un lado, los estudiantes universitarios y por el otro, los actores del sector que deseen colaborar desde diferentes roles. La conexión que se busca generar podría darse desde la financiación. Por ejemplo, si

un director quiere encontrar nuevas ideas podría contactar al estudiante cuyo proyecto ha llamado su atención con el fin de negociar, apadrinar o comprar la idea creativa por medio de la plataforma. Aquí, se identifica la relación de oferta y demanda (estudiantes que ofertan su proyecto y los actores que pueden promoverlo), sugiriendo de este modo un intercambio de bienes y servicios.

## **Comunidad: La Formación y Creación como el Interés Conjunto para Transferir y Aplicar los Saberes**

Anteriormente se mencionó que las universidades se centran principalmente en educar realizadores desde la producción y, de manera secular, en prepararlos para las demás actividades como la exhibición, circulación y distribución. Conforme al cierre de esas brechas de conocimiento, se puede ejemplificar desde la creación de una comunidad interesada por aprender y transferir diferentes saberes. Por medio de estos portales se pueden impartir clases magistrales con personajes reconocidos que cuenten con la trayectoria y que sean un referente para hablar de los procesos reales que exige la industria. De igual forma, el estudiante puede encontrar un complemento de su formación al mismo tiempo en que se relaciona con sus pares y con agentes del sector. Según la Dra. Jennifer Barnett, directora de Aprendizaje de ICS (*International College Spain*), en el artículo llamado *Plataformas digitales en la enseñanza: un aprendizaje colaborativo y basado en experiencias reales* (2021) expone que:

En definitiva, la integración de plataformas tecnológicas que permitan a los estudiantes realizar proyectos conjuntos, avanzar hacia el aprendizaje colaborativo y conectarse con el resto del mundo es formarles para el futuro. Juntos aprenden mejor. Por ello, se hace esencial que todos los centros educativos evolucionen pronto hacia la utilización de plataformas digitales centradas en este modelo de enseñanza colaborativo y basado en el *Networking*.

## **Confianza: Fortalecimiento de las Relaciones del Nuevo Talento con la Industria**

Una de las falencias que perdura en el sector audiovisual colombiano es la exclusión de los nuevos y frescos talentos emergentes, puesto que

se prioriza el beneficio a aquellos actores del sector audiovisual que ya cuentan con trabajos realizados. Esto con la intención de mitigar el riesgo que corren los fondos de financiación al entregar los recursos a una persona sin la experticia. La implementación de dicho modelo colaborativo permitiría la interacción previa con ese segmento de estudiantes en formación, en tanto se establecen relaciones más sólidas de estos con las fuentes de financiación que pueden ser personas naturales u organizaciones. Creando así un acercamiento con el tiempo que fortalezca la confianza en ese talento joven que será la fuerza de trabajo que sostendrá la industria en un futuro cercano.

## **Tecnología: Un Escenario en la Red para Propiciar los Encuentros de la Industria**

Las herramientas tecnológicas y el uso del internet han permitido la interacción eliminando barreras del espacio y tiempo. Una persona puede contactarse con tal inmediatez pese a las grandes distancias físicas con su interlocutor. De la misma manera se pueden acercar los estudiantes de audiovisual en las regiones con los promotores de la industria cuyos edificios y procesos se realizan en las grandes urbes de Colombia. Basta con el acceso de ambos a la aplicación en la *Web* para conectarse con un *click*, lo que será beneficioso para aquellos estudiantes que no pueden movilizarse fácilmente desde otras partes del país en la búsqueda de centros de formación de calidad para continuar sus estudios, o para el fácil encuentro de iniciativas e incentivos ofertados por personajes para el apoyo de nuevas propuestas en la industria.

Otro de los factores positivos de los portales *Web* es su capacidad para servir como repositorios de información. Al encontrar los proyectos audiovisuales de los estudiantes en un sólo lugar, se brinda una posibilidad de publicitar de forma orgánica aquellas

ideas que se zanján desde la academia y convertir dichas propuestas en una oportunidad de negocio. Aunque la compra o financiación de los proyectos no se ejecute, el estudiante está participando de una vitrina nacional de proyectos con gran potencial para la selección de algún tipo de financiamiento o apoyo en especie. Una acción de mercadeo que pone a disposición los atributos de un producto para el interés de un comprador, o en este caso, de un colaborador.

## **Un Modelo Interactivo que Cuestiona:**

### ***A la Academia***

Las universidades se involucran con la ejecución de los proyectos estudiantiles únicamente brindando las herramientas técnicas; mientras que su financiación y la obtención de equipos dependen del estudiante. Pero si un equipo de estudiantes se presenta ante la plataforma definiendo su casa de estudios, la universidad se interesará por su proceso en aras de demostrar su calidad y reconocimiento. Este efecto podría generar que la institución educativa se involucre en el acompañamiento del grupo de estudiantes que decide postularse en la plataforma colaborativa: de igual manera hace que la universidad cuestione metodologías y la estructuración de sus programas. ¿Es acorde el plan de estudios con las necesidades del futuro realizador audiovisual? ¿Es importante brindarle al estudiante todas las herramientas para que aprenda a presentar su proyecto ante organizaciones para el estímulo? ¿Cuáles son los vacíos de información de las diferentes asignaturas que se ofertan y cómo se pueden satisfacer?

En consecuencia, si las universidades hacen esta reflexión y se ejecutan acciones de mejora, puede existir un fortalecimiento del sistema de educación en cuestión de los programas profesionales en el audiovisual colombiano.

### ***A la Industria***

En un artículo del *El Tiempo* titulado *Así se fortalece Colombia como un escenario de Película*, escrito por Sofía Gómez en el año 2019, se exponen algunos hechos que han promovido el desarrollo de la industria en materia de legislación y la creación de fondos para la financiación de los proyectos a realizar. La directora de Proimágenes, Claudia Triana, de acuerdo con el texto, asegura que:

Este año, hay 12 mil millones de pesos listos para comprometer en el fondo de filmaciones [...] Pero esto tiene que tener una continuidad, que Colombia se convierta en referente de la región, porque estamos compitiendo con otros países que también tienen muchos estímulos y que están llenos de locaciones tremendas, así que el paisaje no es suficiente, se tiene que tener la infraestructura y el talento capacitado.

Además, señala que el país tuvo un movimiento interesante en el sector turístico con los rodajes internacionales que se presentaron: *Gemini Man*, con la participación del actor Will Smith, *Narcos*, *Distrito Salvaje* entre otros productos de Netflix. Esto obtuvo como resultado mayor confianza en Colombia como un destino para conocer y hacer posible la realización de distintos productos cinematográficos. Entonces, valdría la pena analizar desde la industria si se están haciendo las acciones necesarias para integrar y capacitar al nuevo talento con relación al aprovechamiento de estas oportunidades. Vale la pena preguntarse: ¿Qué estrategias se están implementando para que la industria nacional también pueda responder a la demanda de contenido, así como las casas productoras internacionales? ¿Existen variedad de programas efectivos desde las organizaciones que impulsen la participación específicamente del nuevo talento dentro del sector?

## La Economía Colaborativa Como un Modelo Aplicado a Diversos Sectores en Colombia

En el país existen proyectos con modelos de economías colaborativas, los cuales son referentes positivos para el desarrollo de proyectos con impacto sociocultural. Agrapp, Amazoniko, Wekii, Help, y Cimarrón Producciones son casos de éxito aplicados desde diferentes sectores.

Agrapp, por ejemplo, es una plataforma *crowdfunding* de agricultores que brinda una opción real de visibilización para pequeños y medianos productores, impactando de manera positiva a los actores del campo colombiano. Referente a lo ambiental Amazoniko propone el reciclaje colaborativo que conecta, capacita a los hogares, recicladores y demás actores de la industria para darle nueva vida a los residuos aprovechables. Desde el campo de la cultura y la educación resaltan Wekii y Help como plataformas digitales que le apuntan a la financiación de proyectos y al desarrollo de ideas. Específicamente Help, apoya a universitarios para financiar sus estudios o proyectos, gestionando la búsqueda de recursos para su ejecución. Wekii, por su parte, a través de la colaboración económica promueve la realización de proyectos culturales y sociales. En conjunto estas propuestas brindan alternativas para conectar iniciativas con posibles inversores. Cimarrón Producciones, es una empresa orientada a la articulación de contenidos audiovisuales enfocados en la comunidad étnica, social y de género en Colombia, fortaleciendo su capacidad de gestión con mujeres desde la colectividad y la diversidad. Este último ejemplo traza un camino hacia la posibilidad de enfocar una plataforma en beneficio de los jóvenes creadores audiovisuales, siguiendo la misma línea, en pro de aumentar la visibilidad y

oportunidades que permitan la vinculación de este público específico con la industria cinematográfica.

## Conclusiones

Las plataformas colaborativas se han convertido en nuevos modos de organización dentro del sistema capitalista. Su capacidad de agrupar actividades económicas, políticas, sociales y culturales en un mismo plano, ha sido de gran valor para diversas industrias.

Con relación a la articulación entre el joven universitario de carreras afines al audiovisual y el sector de interés, la economía colaborativa se posiciona como el punto de inflexión que puede facilitar las redes de conexión, la gestión de posibles alianzas y/o el recaudo de fondos para el desarrollo de proyectos.

En aras de fortalecer el sector audiovisual desde la academia, las economías colaborativas pueden integrar en su estructura procesos educativos que brinden continuidad en la formación y actualización de conocimientos y habilidades. Con la transferencia de saberes de quienes poseen la experiencia y son referentes en el sector, se posibilita un espacio de contribución para el público estudiantil universitario.

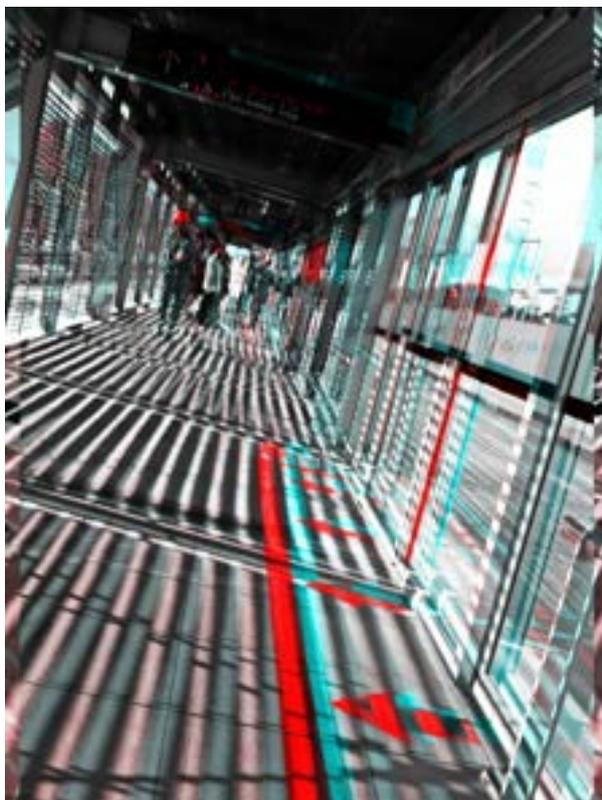
Si bien es cierto que actualmente existe una participación importante de la industria audiovisual en las cifras de crecimiento económico del país, es necesario ampliar las redes de conexión para aunar esfuerzos que, en consecuencia, procuren el constante crecimiento de la industria no solo desde la producción, sino desde la distribución y exhibición.

Así, de manera organizada se pueden encaminar estrategias para el fortalecimiento del mercado nacional y la multiplicación de alianzas con actores internacionales, con la finalidad de consolidar una mayor circulación de contenidos en doble vía.

## Referencias

- Acosta Agorte, C. (4 de marzo de 2022). *Aplicaciones de streaming no han desplazado el servicio de televisión por suscripción*. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/consumo/aplicaciones-de-streaming-no-han-desplazado-el-servicio-de-television-por-suscripcion-3315789>
- Aniorte, I. (21 de 12 de 2021). *Tecnología para el plan de impulso a lsector audiovisual en España*. Obtenido de Zonamovilidad.es: <https://www.zonamovilidad.es/tecnologia-para-el-plan-de-impulso-al-sector-audiovisual-en-espana>
- Argüelles, N., De Castro, E., Garzón, A., Hernández, P., López , L., & Torres, C. (2022). *MUESTRA AUDIOVISUAL UNIVERSITARIA*.
- Barnett, J. (26 de 11 de 2021). *Plataformas digitales en la enseñanza: un aprendizaje colaborativo basado en experiencias realies*. Obtenido de Interempresas: <https://www.interempresas.net/Tecnologia-aulas/Articulos/373307-Plataformas-digitales-ensenanza-aprendizaje-colaborativo-basado-experiencias-reales.html>
- Bulloni, M., Del Bono, A., Vocos, F., Cabrera , N., & Borroni, C. (2021). *IMPACTO DE LA PANDEMIA DE LA COVID-19 EN EL SECTOR AUDIOVISUAL Y DEL ESPECTÁCULO EN VIVO EN LAS AMÉRICAS*. Union to Union .
- Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones. (2020). *Colombia Audiovisual, Producción de Contenido Audiovisual en Colombia*. Bogotá: Tictac. Obtenido de <https://www.ccit.org.co/wpcontent/uploads/colombia-audiovisual.pdf>
- Comisión de Regulación de Comunicaciones. (24 de Febrero de 2022). *Colombianos utilizan cada vez más aplicaciones OTT y mantienen su preferencia por servicios tradicionales*. Obtenido de Comisión de Regulación de Comunicaciones: <https://www.crcm.gov.co/es/noticias/estudios/colombianos-utilizan-cada-vez-mas-aplicaciones-ott-y-mantienen-su-preferencia-por>
- Duran Sánchez , A., Álvarez García, J., Del Río Rama, M. d., & Maldonado Erazo, C. P. (23 de 08 de 2016). *Economía Colaborativa: Análisis de la Producción Científica en Revistas Académicas. Revista De Gestão E Secretariado (Management and Administrative Professional Review, 7(3), 1-20*. doi:<https://doi.org/10.7769/gesec.v7i3.617>
- Gómez, S. (26 de octubre de 2019). *Así se fortalece Colombia como un escenario de película*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/rodajes-en-colombia-impactan-la-economia-y-mejoran-la-imagen-del-pais-366666>
- Medina, K. R. (21 de Junio de 2022). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>
- Murcia, J. D. (02 de Octubre de 2021). *Uso de smartphones incrementó 4.5% en Colombia, según reporte de We are social y Hootsuite*. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/internet-economy/uso-de-smartphones-incremento-4-5-en-colombia-segun-reporte-de-we-are-social-y-hootsuite-3241151>
- Semana. (01 de 11 de 2019). *La realidad de estudiar una carrera como el cine en Colombia*. Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/educacion/articulo/todo-sobre-los-programas-de-educacion-audiovisual-en-colombia/597411/>

**Título:** El exceso de realidad es perjudicial para la salud



**Título:** Colores de la Noche



**Título:** Malabares



**Foto**  
grafía: **Andrea Paola**  
Bermudez

# Un Verano Sonoro en Ciudad de México y Bogotá, D. C. Conversaciones y Reflexiones Sobre Música, Formatos y Coleccionismo<sup>13</sup>

Carolina García Contreras<sup>14</sup>

Oye, niña hermosa lo que te voy a cantar  
Oye, niña hermosa lo que te voy a cantar  
Porque bailando la cumbia se amanece en el Cesar  
Porque bailando la cumbia se amanece en el Cesar.

—Celso Piña y La Ronda Bogotá, Cumbia Valledupar.

## Resumen

Con base en entrevistas realizadas a los representantes de las tiendas de música Retroactivo Records en Ciudad de México y Discos Vicente en Bogotá, el presente artículo se propone resaltar la labor que estas tiendas cumplen dentro de la industria musical al fomentar el coleccionismo de discos. Los temas mediante los cuales se desarrolla la discusión son: (i) la dinámica de compraventa, (ii) las transformaciones en los formatos musicales y (iii) el tipo de relación que los clientes establecen con las tiendas de música y el coleccionismo. El escrito se dedica inicialmente a las entrevistas; en seguida, a la reflexión sobre los formatos musicales; y finalmente se abordan el coleccionismo y sus dinámicas.

*Palabras clave:* Tiendas de música, formatos, coleccionismo, Ciudad de México, Bogotá.

## Abstract

Based on interviews conducted with representatives from Retroactivo Records music stores in Mexico City and Discos Vicente in Bogotá, this article aims to highlight the role that these stores play within the music industry by promoting record collecting. The topics discussed in this article include: (i) the dynamics of buying and selling, (ii) changes in music formats, and (iii) the type of relationship customers establish with music stores and collecting. The article begins with a focus on the interviews, followed by

13 Este artículo nace a partir de mi trabajo de grado: *El compás de una era: Aportes antropológicos a la historia de la gestión cultural de la música en Bogotá entre 1990- 2010*. Proyecto para optar por el título de Especialista en Gestión Cultural y Creativa. El artículo terminó de escribirse el 25 de septiembre de 2022.

14 Magister en Antropología y Especialista en Gestión Cultural y Creativa. Investigadora en Artes escénicas. Cuenta con varias publicaciones sobre arte y cultura. Actualmente trabaja en temas de políticas culturales en arte, cultura y patrimonio. Email: sakti2006@gmail.com

a reflection on music formats, and finally explores collecting and its dynamics.

*Keywords:* Music stores, formats, collecting, Mexico City, Bogotá.

## El Lugar de la Música

En julio de 2022 visité la colonia Roma en Ciudad de México (CDMX), allí realicé una entrevista a Gerardo Reyes, uno de los representantes de la tienda de discos Retroactivo Records<sup>15</sup>. En septiembre del mismo año entrevisté a Vicente Rendón en su tienda Discos Vicente<sup>16</sup>, ubicada en el Centro Comercial Omni en el Centro de Bogotá. En ambas entrevistas se discuten: (i) la dinámica de compraventa de música; (ii) las transformaciones que se han dado en las plataformas de difusión y formatos musicales; y (iii) la relación que establecen sus clientes con la tienda y el coleccionismo de discos. Sin apartarme de mi perspectiva como melómana y de la forma como me identifico y me he sorprendido en repetidas ocasiones con ambas ciudades, al ser habitante ocasional de CDMX y nativa en Bogotá, hago una reflexión sobre estos temas con la intención de resaltar la labor que ambas tiendas cumplen dentro de la industria musical al fomentar el coleccionismo de discos en las dos ciudades latinoamericanas en un contexto local.

Hay lugares que, aunque no son nuestra casa, nos conectan con algo importante y se quedan en nuestra memoria. Lugares que nos recuerdan lo que somos y que generan en nosotros un sentido de pertenencia aunque solo se transite por ellos. Son sitios de paso, como hoteles, apartamentos *Airbnb*, aeropuertos, almacenes, museos, etcétera. Espacios en los que

muchas veces somos anónimos, pero nos dejan una huella emotiva en ese trayecto. Muchos de esos lugares han configurado en fragmentos nuestra vida y es así como adquieren trascendencia en el tiempo.

El antropólogo francés Marc Augé llamó a este tipo de espacios los “no lugares” y los ligó, entre otras cosas, al tema del consumo, lo superficial e impersonal. Según el autor, los “no lugares” son transitorios, pues no generan apropiación ni identidad al estar vinculados a lógicas de anonimato y consumo. Por el contrario, el autor señala que aquellos que llevan el rótulo de “lugares” sí representan una vinculación importante, pues se les asigna una connotación histórica, identitaria, emocional e incluso sagrada (Augé, 2009). No obstante, contrario al planteamiento de Augé y siguiendo su caracterización, espacios comerciales como las tiendas de música también pueden entenderse como *lugares*, ya que pueden igualmente cobrar un valor personal que abra un vínculo con ellos y con las ciudades a las que pertenecen. Hay ciudades que tienen cierta especialidad o un ritmo culturalmente propio y sus tiendas de música lo reflejan. Por ejemplo, en Cali las tiendas de salsa o en Santa Marta las tiendas donde encontramos champeta o terapia de la buena.

En discrepancia con dicho planteamiento de Augé, y desde una postura muy personal, puedo decir que, por ejemplo, el aislamiento durante la pandemia de COVID-19 me hizo extrañar mucho la posibilidad de visitar ciudades y tiendas en las que pudiera encontrar sonidos que quisiera conservar, como acostumbro a hacer, en CD —mi formato favorito a sabiendas de

15 Dirección: Jalapa 125, Roma Nte., Cuauhtémoc, 06700 Ciudad de México. [retroactivorecords.com.mx](http://retroactivorecords.com.mx), @retroactivo\_records\_oficial.

16 Dirección: Cra 8 # 18 – 81 Centro Comercial Omni, @discosvicente.

las desventajas que tiene en comparación con otros formatos—.

Cuando finalmente pude de nuevo viajar y salir libremente a recorrer Bogotá como antes, elegí las dos tiendas de música para este artículo. Quería que no fueran tiendas especializadas en un tema o género específico, sino que tuvieran de todo un poco tipo de música. Que también manejaran diferentes formatos y tuvieran la dinámica de compartir la música, es decir, que tuvieran discos y CDs de segunda mano. En ciudades como México y Bogotá abundan las tiendas de música (sobre todo en México), pero Retroactivo Records y Discos Vicente fueron las que mejor cumplieron los criterios de mi indagación. Además, fueron con las que más me sentí conectada, porque encontré música que he estado escuchando recientemente y discos que he estado buscando desde hace años. Esta clase de hallazgos son los que establecen conexiones emocionales con *lugares* como estos, pues están cargados de historias y experiencias muy personales en torno a la escena musical.

## **Joyas de Segunda Mano en Roma Norte, Ciudad de México. Entrevista a Gerardo Reyes de Retroactivo Records**

Seis de la tarde en Nápoles, colonia de Ciudad de México. Salgo del departamento en la calle Kansas que habito temporalmente. Ya casi va a llover — pienso—. Este verano en CDMX ha llovido casi todos los días a la misma hora y soy testigo de que, a diferencia de Bogotá, las predicciones climáticas allí sí son precisas. En verano esa ciudad se parece mucho a Medellín, y me da por pensar que fue por eso que le gustó a Fernando Vallejo. En una esquina

se encuentra “Mercado Medellín”, la tienda “El paísa” o se puede caminar por la Calle Medellín donde venden mil cosas como en San Victorino. También pienso en Gabo y en la exposición que vi hace unos días en su honor (Harry Ransom Center, 2022) y entiendo de corazón por qué quisieron radicarse allí. También pienso en lo que México y Colombia hemos padecido como países del “tercer mundo” y en las historias de violencia y narcotráfico que desafortunadamente nos hacen similares.

En CDMX la lluvia no me parece molesta, pues hace parte de su paisaje colorido y se siente como una caricia. Paso por el Oxxo (en esa ciudad hay un Oxxo cada 10 metros) y tomo el Metrobús llegando a la colonia Roma Norte en unos pocos minutos. Me bajo de este “trasmilenio” mexicano mientras alguien perifonea a lo lejos: “compro chatarra o cualquier otro fierro viejo que venda”. Otra caravana de sonidos se une a ese pregón: el rugir de unas motos de película que se roban orgullosas todas las miradas, la salsa caleña que la gente tararea en cafés circundantes, los ladridos de perros amigos que salen a tardear. Todos los sonidos formando una melodía urbana que da un toque especial a La Roma, colonia mágica y emblemática de Ciudad de México, levantada con valentía luego del terrible terremoto de 1985.

Días antes había venido de imprevisto y, como siempre pasa cuando visito una tienda de discos, duré un montón de tiempo buscando en cajas de plástico verde, como las que suele encontrarse en las plazas de mercado colombianas, CDs y vinilos de segunda mano en excelentes condiciones. Al final me quedo con varios tesoros que no dejo de escuchar, pero de modo especial, me emociono casi hasta las lágrimas al ver en perfecto estado el CD *After hours* de Nina Simone. En ese momento siento que sin duda la tienda cumple con los criterios de mi búsqueda y me

siento gratamente conectada con ese lugar lleno de joyas musicales.

Ya sin lluvia y con un tímido sol, llego temprano a la cita con Gerardo Reyes, programada a las siete de la tarde. Así empieza nuestra conversación mientras de fondo suena todo el tiempo son cubano.

**CG:** *¿Cuál es la historia de Retroactivo? ¿Cómo surge y cuánto tiempo tiene la tienda?*

**GR:** La tienda nació en el 2004, ya vamos para 20 años. [...] El dueño empezó a comprar discos y en algún momento se planteó la posibilidad de venderlos, no tanto en una tienda, sino que lo hacía de forma más directa. Pero bueno, en ese entonces no había nada, ni redes sociales ni nada, entonces el trato era más directo; [...] y pues nació este proyecto. [E]n el 2004 empezó aquí en la Ciudad de México, pero en la Zona Rosa, allá fue donde inició, posteriormente se mudaron a este lugar que ya lleva un buen ratito aquí.

**CG:** *En Colombia desde hace algunos años los discos de vinilo han vuelto a estar vigentes, la gente los quiere comprar, los quiere coleccionar, ¿por qué crees que están regresando a las tiendas de discos?*

**GR:** Pues mira, lo que nosotros hemos notado, más en función de esta tienda, es que nunca murió. Los clientes que tenemos de muchos años son gente que jamás se deshizo de ellos. Al contrario, el cambio de formato lo que hizo en lugar de venderlos fue que [...] compraban los que otra gente ya no quería tener en su casa, sea por espacio o por querer modernizarse. Actualmente es más viable hacer un disco de vinilo porque es poco probable que te lo lleguen a piratear [...], por eso todos son originales. Obviamente sí llegó a haber piratería aquí en México, por ahí de los años setentas u ochentas en el centro de la ciudad,

pero son los unos discos que son muy raros y la mayoría por el tiempo ya no existen, se dañaron ya.

**CG:** *¿Cómo es el cliente que viene acá a comprarte discos? O sea, ¿qué tipo de cliente tiene la tienda? ¿Vienen coleccionistas?*

**GR:** Tenemos clientes desde los diez años hasta los setenta años. Porque no nos especializamos en un género. Tenemos desde música infantil, música clásica, regional, mexicano, folk, música disco. Tenemos secciones de música electrónica, de jazz... Obviamente los ochenta. Todo. Hay gente que lleva coleccionando casi toda su vida y ya son muy asiduos. Aquí vienen buscando cosas porque nosotros tenemos cosas especiales, más raras. Otras tiendas sí tienen discos nuevos, te venden lo que está de moda ahorita, pero el melómano sí busca el sonido que él conoció, sobre todo si vivió esta etapa. Por eso viene acá.

**CG:** *¿Cómo es la dinámica de ventas en la tienda? ¿Cómo funciona eso de la compraventa de los discos de segunda mano?*

**GR:** Nosotros le compramos los discos a personas por lo que tú quieras, porque se mudan, ya no tienen espacio, etc. y nos los traen a nosotros. Nosotros revisamos completamente todo porque tenemos 35.000 títulos aquí, más aparte tenemos una bodega donde hay más guardado. Y te digo, la gente ya ubica la tienda, ubica también la marca y nos traen equis disco porque [...] el papá o el tío falleció, y ellos no tienen ni el espacio ni el tiempo para sentarse y escuchar. Claro, preferimos que alguien le dé un uso merecido [al disco] entonces los vendemos acá.

**CG:** *¿Qué piensas de plataformas como Spotify?, ¿cómo las ves?*

**GR:** Esas plataformas son una gran herramienta. Obviamente el poder acceder a todo, a la música que tú quieras, donde tú quieras, a la hora que quieras es algo que se vuelve una gran herramienta. Obviamente es diferente este ámbito del vinilo. Esto es todo un ritual, porque tenemos desde la portada. Obviamente en digital pues no tienes esas artes. Algunos discos vienen con complementos y demás. Aparte el fenómeno que llaman la “calidez del audio”, que suena muy diferente a algo que está digitalizado. Mucha gente es lo que realmente viene buscando: el sonido original. Sí, hay muchos discos con el sonido remasterizado, pero, por ejemplo, si yo quiero escuchar un disco de Pink Floyd que obviamente nació con un sonido yo quiero escuchar ese sonido, no otro. El vinilo conserva esos sonidos originales.

**CG:** *¿Tú crees que el vinilo entonces retornó para quedarse?, ¿cómo lo ves a futuro?*

**GR:** Yo no creo que desaparezca, sobre todo si le preguntas a clientes de esta tienda, son gente que han tenido vinilo toda la vida. Hay gente que lleva coleccionando como cincuenta años y tienen colecciones de más de 35.000 mil títulos y aún no acaban. Hay gente que llega con su lista bien específica de las cosas que buscan, que quieren. Por ejemplo, tenemos un cliente que también es amigo y cuando viene trae sus listas muy explicativas como que “quiero esto de Bob Marley, pero tiene que tener esto y lo otro”. Vienen por cosas muy específicas.

**CG:** *¿Cómo es el proceso de organizar la música aquí?, ¿cómo la clasifican?*

**GR:** Somos un equipo aquí en la tienda. La persona de acá de la tienda que los compra, él es el primer candado de seguridad, hace la selección basado en nuestro inventario de qué nos falta, qué se ha

vendido más. De ahí pasa a unos compañeros que hacen el proceso de limpiar, porque son discos que llevan 20 o 30 años guardados, por ejemplo, tienen polvo y demás. Ellos hacen ese proceso y después pasan a alguien más que es el encargado de poner los precios. El siguiente eslabón es un compañero que lleva el inventario, él los carga en nuestro inventario para que la gente lo pueda checar desde internet y desde ahí mismo comprar. Y después pasa de nuevo a nosotros, que somos los que llevamos todo el “acomodo”. Lo organizamos por género y tratamos de que esté en orden alfabético, pero es un poco difícil.

**CG:** *¿Cómo es la relación de tu tienda con la industria musical en general, hay alianzas, redes?*

**GR:** Uno mira ahorita lo que están haciendo las disqueras (que básicamente ellos son muchas veces los dueños de los derechos de la música), se organizan firmas de artistas en algunas tiendas de música en específico. Eso es muy atractivo, ya que bastantes personas tienen la oportunidad de que tus artistas les firmen el disco. Y la otra estrategia que están haciendo es sacando cosas que son muy difíciles de conseguir, o lo fueron en un momento, y ahora tienes la oportunidad de tenerlas. Muchas veces dan un plus con los discos. Digo, en los ochentas, noventas era muy raro un disco de color, sobre todo era más fácil para sencillos de música disco, pero ahora lo que están haciendo ellos para hacerlos más atractivos es que traen color o que traen dentro alguna otra cosa, como un disco pequeño o más descargas para hacer por internet.

**CG:** *Cuéntame un poco sobre los sitios donde ponen vinilos y la movida DJ acá en México.*

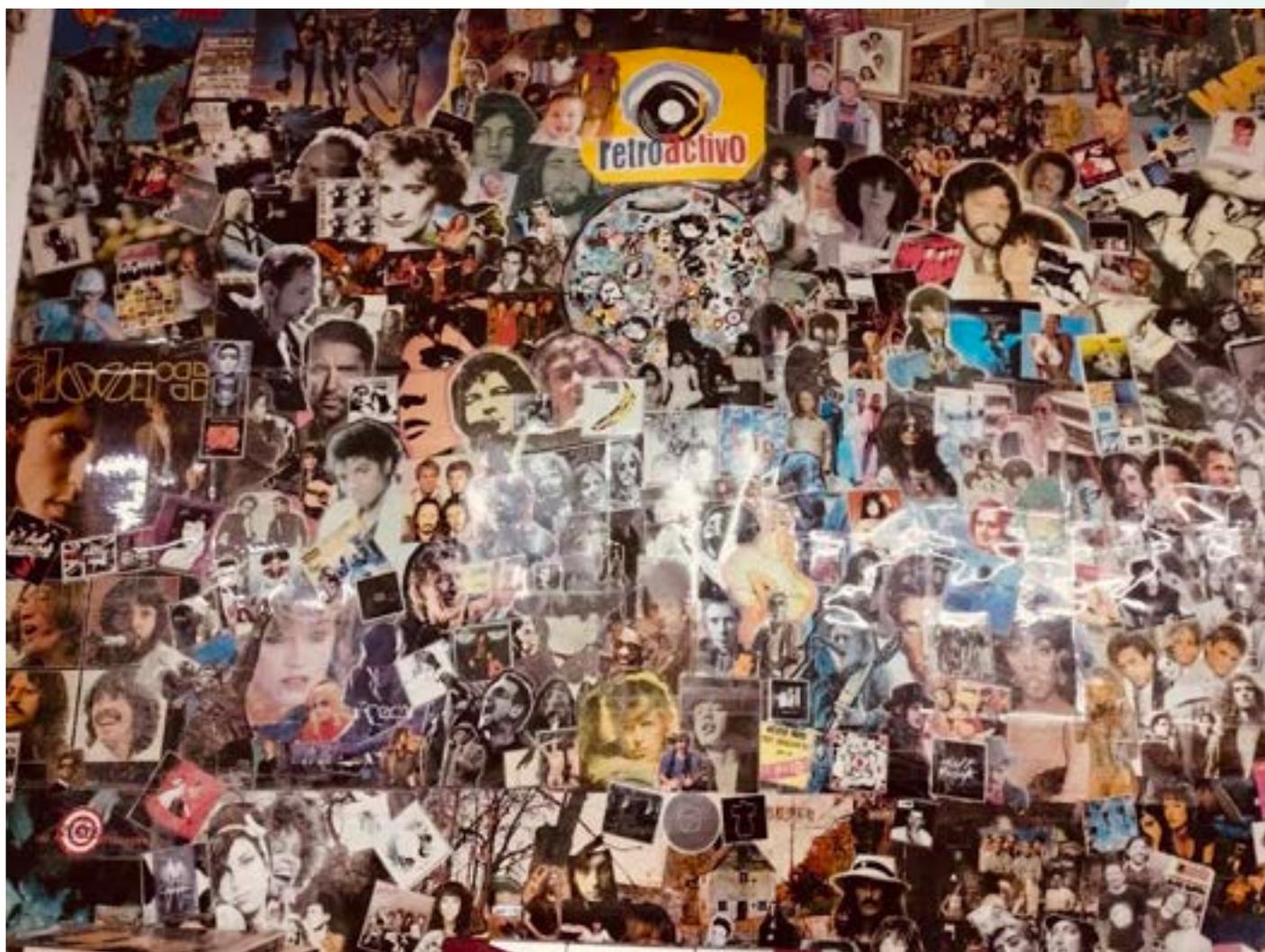
**GR:** Actualmente hay muchos lugares, sobre todo bares, restaurantes, donde muchos clientes

y conocidos que tenemos aquí van y tocan ciertos días de la semana. Aquí sobre la Monterrey [Calle de CDMX que atraviesa la Colonia Roma norte] hay un lugar que está abierto los sábados, domingos y lunes, y van y ponen música. Se les dice selectores a estas personas, y lo que hacen es compartir haciendo un set de música y ameniza en directo el lugar. El sábado y el domingo es así como medio libre, hay géneros variados pero el lunes solo se enfoca en el jazz. Y, pues en el centro hay otros lugares donde se puede escuchar. También hay fines de semana que forman como bazares y en esos bazares hay DJ Set, van tiendas

invitadas, gente que se dedica a vender stock y también ponen su música [...]. Estas actividades vinieron a levantar el vinilo y ahora hay muchos espacios donde puedes sentarte y escuchar. Algunas estaciones de radio, incluso, tienen programas donde salen a las calles, montan su parafernalia y tú puedes ir y poner tu disco, tu canción y la transmiten como antes. Lo conocemos como Picnic de Vinilo. Hay algunas estaciones de radio que así lo hacen y se presentan en diferentes lugares. Avisan que van a estar en tal punto de la ciudad y la gente va (C. García, comunicación personal, julio de 2022).

### Figura 1

*Tienda de música Retroactivo*



*Nota.* Collas de pared de la tienda de música Retroactivo [Fotografía]. Por García, C. (2022). Ciudad de México.

# Melómanos y Leyendas de la Música.

## Entrevista a Vicente Rendón de Discos Vicente - Bogotá D.C

Nunca he entendido por qué la Alcaldía de Bogotá desde los noventas se ha empeñado en hacer un festival metropolitano en agosto llamado Festival de Verano, en medio del viento, de la lluvia y del frío que generalmente hace en esta ciudad por esas fechas. Ese nombre me parece una mala broma, como una comparación con relación al llamado “primer mundo” que no hemos podido superar. En Bogotá no hay estaciones en el año y por ende acá no hay verano. Esa especie de símil de estaciones climáticas pasan todas en 24 horas y especialmente en este 2022 nos acompaña una suerte de “invierno permanente” que debería tener el mote de “la ciudad de la eterna llovedera”. Sin embargo, pese a esa condición gris, el día de la entrevista está haciendo un sorprendente sol en Bogotá. Hace tiempo no iba al Centro a caminar por la Séptima, en medio del mercado de pulgas marginal en el cual se convirtió. Es bien difícil caminar en medio de tanto chécher viejo y corroído por el tiempo. Después de la pandemia sí que es cierto que el Centro envejeció más de lo que todos quisiéramos, y parecen algunas de sus calles, retazos mal cortados de una colcha que algún día alguien quiso tejer con cariño pero que se olvidó de las puntadas en la prisa de sus responsabilidades.

Pese a ello mis pensamientos no están ahí, mis ojos pasan sin mirar, mi pensamiento está en instantes previos en la Plazoleta de la Universidad del Rosario, donde vi a Fernando Sierra, “Elvis”, el cantante de Estados Alterados. Lo cual me parece muy extraño, no por verlo, porque creo que es profesor de La Tadeo. Lo extraño era que en México también me encontré de repente a un músico colombiano muy

importante y central para lo que estoy escribiendo en estos momentos: Mario Galeano, líder de Frente cumbiero, Ondatrópica y Los Toscos. Fernando esperaba a alguien en La Plazoleta del Rosario y Mario estaba con Catalina, Martina y Luciana, su esposa y sus hijas, en la puerta azul de la Casa Azul de Frida Kahlo, esperando su turno para entrar. Los dos esperaban. Es curioso que ese día en México, por un error mío, yo estaba ahí frente a esa casa inmensamente azul en Coyoacán, y no en Polanco (otra colonia de CDMX) donde debí haber estado. Así mismo, el día que vi a Fernando yo no debía estar ahí sino en la Calle 19, pero ahí me encontraba. Dos lugares que no escogí de forma consciente, en momentos precisos. Esto me hizo pensar que, a veces, darle cabida al azar, a la oscilación irregular de la vida que cambia de repente el camino elegido, no es un error, sino un acercarse de una manera fluida a las propias metas, y eso en esencia hace que la experiencia sea más interesante.

Por fin llego al Centro Comercial Omni donde queda el almacén y me llama la atención el color azul clarito de la fachada de la edificación, muy ochentera me parece. A lo lejos miles de sonidos se combinan entre los vendedores de aguacates, de vidrios para celular y los pitos de los carros (en eso Bogotá y CDMX se parecen) y, claro, siempre a lo lejos el infaltable reggaetón.

*CG: ¿Cuál es la historia de Discos Vicente?  
¿Cómo surge y cuánto tiempo tiene la tienda?*

**VR:** Bueno, en realidad la tienda soy yo. Todo empezó en el año 92, en los noventas, en este centro comercial [Centro Comercial Omni] que lo construyeron entre el 87 y el 88. Y en los noventas, ya todo el segundo piso tenía tiendas de música. Yo un día vine a comprar música y me atendieron muy mal, una señora me atendió muy mal. Luego vi que entró el jefe que tenía mucha

melodía, mucha música hasta el techo, por todas partes, pero era un revuelto. Pasaba de Darío Gómez a Pink Floyd, de Pink Floyd a Diomedes, de Diomedes a Queen. Era un sanchocho tremendo y una señora ahí perezosa ahí haciendo crucigramas. Y entonces yo le propuse al tipejo este que le vendía discos y me dijo “venga en un mes que yo voy a necesitar algo”. Y me acuerdo que ese día estaban dando la película de The Doors en el Radiocity [sala de cine del momento].

Yo ese día quería comprar música. [...] A la salida compré un afiche gigante como de tres metros por dos, súper barato y dije: me voy a ir el lunes a esa tienda a trabajar. Yo fui el lunes. Me metí ahí sin que nadie me dijera nada. Metí el afiche en una vitrina con determinación que por milagro no se rompió. Y ahí empecé a regañadientes. Lo bonito de esa época es que ya se estaba acabando el LP y todo se vendía en CD. Grupos como Nirvana lanzaban en ese entonces el *Nevermind*, que era una revolución, y otros grupos como Metallica sacaron el Negro [*Metallica*]. Aerosmith sacó el *Get a Grip*, Pink Floyd sacó el *The Division Bell*. Parecía que todo el mundo y todos los grupos de rock supieran que en ese momento de los noventas se iba a caer el LP y así se fueron quemando los últimos cartuchos del LP, porque toda la gente estaba empezando a estar revolucionado por la música en CD.

Ese día empezaron a hacerme mala cara y todo porque empecé a vender CD a la lata. Me encerré un día a ordenar el almacén y ese día nació Discos Vicente. Diez años después me independicé y coloqué una tienda de música y duré 17 años con la tienda. De un momento a otro, desde hace como cuatro o cinco años, otra vez todo empezó a estar muy caro y el que no tenga cierta cantidad de dinero y tenga asequibilidad monetaria pues

grave. Me tocó asociarme con una persona. La persona empezó a atraer de manera desmesurada LPs [...]. Llevo 30 años con Discos Vicente.

**CG:** *¿Cómo es el cliente que viene acá a comprarte discos?, ¿qué tipo de cliente tiene la tienda? ¿Vienen coleccionistas?*

**VR:** Coleccionistas no. El universitario viene. Desde que se acabó la pandemia parece que esos chinos en esos años de reclusión hubieran ahorrado plata o hubieran escuchado vinilos o se hubieran propuesto, una vez salir de la pandemia, comprar vinilos, porque se vinieron en masa a comprar vinilos. El universitario es el que mantiene la tienda. [Por otro lado] están los clientes que tengo hace 30 años, pero esa clientela es más que todo para CDs. Más que todo la gente también como de 50 o 60 años que tuvieron hace como 30 años LPs y lo cambiaron porque los engañaron, porque el CD sí se raya y el CD era a imagen y semejanza del mezclador, no el sonido puro salido del estudio, esa gente otra vez está retornando a comprar LPs. Y otro que viene es el viejo que viene a que le grabe en una USB. Un viejo trae sus artistas y se le graban acá. Coleccionistas no mucho, porque la salsa, la verdad la salsa para coleccionista, no se consigue por acá. El coleccionista de salsa ya tiene todo en las tiendas de música especializadas y el rock igualito. Acá se vende más lo nuevo. También viene el rebuscador, o “el chino” que tiene una página en internet donde vende música y se le dan precios asequibles para que gane algo.

Nosotros contamos casi con 12.000 títulos. Lo que más se vende actualmente es el rock y el rap, el hip hop, este año cogió auge; [...] pero acá se vende todo tipo de género.

Los extranjeros aquí no compran ni torbellino ni bambuco, se enloquecen es con lo Afrocolombiano y en LP. Esa gente no compra CDs. Eso se consigue más que todo usado.

**CG:** *¿Cómo es la dinámica de ventas en la tienda?, ¿cómo funciona eso de la compraventa, de los discos de segunda mano?*

**VR:** Sí, pues se hacen cambios, se hacen trueques, pero principalmente se venden nuevos. Hay gente que por ejemplo después de 30 años se mamó de oír Ozzy Osbourne y quiere cambiarlo por equis LP. Listo, se hacen trueques: que al que le regalaban un LP de Shakira y no le gusta porque es black-metalero, se le cambia por otro.

**CG:** *¿Qué piensas de plataformas como Spotify? ¿Cómo ves ese cambio de formato?*

**VR:** Spotify no, no, nada, no afecta. Por ejemplo, ¿quién está comprando el vinilo? El que tenía un iPod con 2000 canciones, el que era universitario, ya se graduó, ya está trabajando y está ganando su sueldito, ése es el que está comprando su vinilo. Lo que pasa es que Spotify nos engaña, porque mete música así en desorden y eso no es así. Lo que nunca se ve. Fue lo que dijo hace poco Adele y es que la música “desde el primer tema del lado A hasta el último del lado B tiene un orden para el artista”. Por ejemplo, los Beatles con el *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band* dicen ahí que tardaron casi seis meses en ordenar los temas de ese álbum y ahí viene la diferencia con las plataformas que todo se lo mandan revuelto y así no es la vuelta [...]. [Por otro lado], la gente sabe que el LP es un baluarte y que es una obra maestra de comienzo a fin, y eso es lo están comprando, más por álbumes con contenido que por grandes éxitos.

**CG:** *¿Tú crees que el vinilo entonces tiene futuro?*

**VR:** Va a seguir, va a seguir, porque son los jóvenes los que más lo consumen acá. Por ejemplo, una niña de quince años quiere algo Lana del Rey en LP y esa niña en un futuro al crecer va a querer más, porque esto es adictivo como una droga, en serio. Lo que le digo yo a los clientes: todo esto su droga auditiva. Tenemos un cliente universitario que viene dos veces al mes, ya tiene su puchito de 50 LPs y quiere seguir rellenando y quiere más. Y siguen viniendo. Para esas personas tenemos promociones una vez al mes. Es que el disco, lo que es la caratula y el diseño, es muy importante. Las dimensiones del LP, si sabes que la persona que las inventó lo creó con las proporciones de La Mona Lisa. Fue inspirado en esta pintura, las dimensiones y todo guardan exactamente el mismo tamaño.

**CG:** *Hablando de formatos, ¿qué crees que pasó con el cassette?*

**VR:** Está volviendo un poco. O sea, hay gente que compra el cassette sin comprar casetera. ¿Qué pasa? Que por ejemplo es coleccionista de Soda Stereo. Han visto un cassette y les gusta que se ve bonito en ese estuche chiquitico y muchos lo compran no más como para colocarlo encima de un mueble y ya. Seguidores, entusiastas del cassette pero no más. No hay mucho todavía. Y lo otro es que no han vuelto a fabricar cassettes. Más bien los que hay son de épocas. Y ese caso es una lotería, porque un cassette se puede borrar, se puede enredar, entonces difícil conseguir un cassette en buen estado. Aquí en la tienda, por la apariencia y como esté, pues se compra. El cassette es más delicado en ese asunto.

**CG:** *Cuéntame alguna anécdota de la tienda, algo que te haya pasado y que quieras contar en esta entrevista.*

**VR:** Cada vez que hay un concierto llegan a comprar acá los artistas, pero uno casi ni se da cuenta. Acá vinieron los de Toreros Muertos y se llevaron tres LPs de Los Prisioneros y de Duncan Dhu. También vino acá de forma como muy anónima Morrissey [líder de The Smiths]. Yo pensé que era como un turista francés hasta que me di cuenta y me tomé una foto con el hombre. Sí, ese Morrissey fue cliente mío acá.

**CG:** *¿Y qué te compro Morrissey?*

**VR:** Cumbia, cumbia fue lo que llevó. Le gustó Leonor González Mina, Pachón Galán y Francisco Zumaqué. Lo que te digo: el europeo viene solamente por la música de las costas. Por ahí vino también el man de DRI [*Dirty Rotten Imbeciles*], compró el de *Rodrigo D No Futuro*,

porque dijo que de ahí le plagiaron un tema en esa película. Pero uno casi ni se da cuenta, porque vienen tan distintos a como uno los conoce, como anónimos (C. García, comunicación personal, agosto de 2022).

Vemos que los dos entrevistados están de acuerdo con que el vinilo está vigente y por su durabilidad y calidad de sonido seguirá teniendo una relevancia importante en la industria musical. Por otro lado, es evidente cómo clientes de todas las edades siguen comprando música. La figura del coleccionista es central para entender cómo se dinamiza y aumenta la demanda de ciertos productos musicales de colección y cómo la industria se ha actualizado para seducir a este tipo de clientes y ganar otros. De manera que es lo referente al asunto de los formatos musicales y el coleccionismo mi objeto de análisis en los siguientes apartados.

## Figura 2

*Tienda de música Discos Vicente*



*Nota.* Imagen de vitrinas de la tienda Discos Vicente [Fotografía]. Por García, C. (2002). Bogotá.

## Formatos: Renovación del Vinilo.

El siglo XX fue trascendental para la música, entre otras cosas, porque la tecnología impulsó enormemente su desarrollo y puso a su disposición muchos de los avances para generar diferentes soportes, mejorando sustancialmente la experiencia de escuchar música con una calidad cada vez mayor,

*La RIAA (Recording Industry Association of America) [afirma que] en 1983 sólo un 0,5% de la población utilizaba CDs, pero casi la mitad escuchaba música en LPs. Desde este momento la evolución de la música y su manera de escucharla ha ido mano a mano con la tecnología. El MP3, la realidad virtual para algunos videoclips, festivales 'techies' o la capacidad de una red social como YouTube para almacenar miles de horas de contenido son sólo algunas de las mejoras que han ocurrido en los últimos años del panorama musical.*

Y es que, a diferencia de la velocidad de los cambios tecnológicos en la actualidad, “*el paso de la grabación analógica a la digital fue muy lento, muy progresivo y muy difuso*” (4m01s), como afirma Music Radar Clan (2017) en su vídeo *El cambio de la música analógica a digital*<sup>17</sup>: *no es fácil determinar con exactitud dónde empieza y dónde termina el proceso que “fue muy lento, muy progresivo y muy difuso”. El sistema digital cambió completamente la forma como se entiende el sonido y aportó grandes ventajas a un soporte duradero como el de los vinilos actuales, que no se degradan con el uso como lo hacen las cintas electromagnéticas de los cassettes. Otra característica importante del proceso digital fue la eliminación del llamado ruido intrínseco. Así, hoy el nivel digital con el que se crean los vinilos es preciso y de altísima calidad de sonido.*

Este proceso de evolución de los formatos de analógico a digital popularizó el CD en los noventas,

y con una portabilidad que en un principio era imposible. Desde el Walkman hasta el Ipod, desde la Vitrola hasta el tornamesa actual, grandes empresas como RCA, Philips, Mac o Sony han fomentado el desarrollo de tecnología de punta que permite escuchar toda la música que desee en su casa, o llevarla consigo a donde quiera con un sonido de alta calidad. Según Andrés Guillén en *Del vinilo a las recomendaciones y el 'trap'* (2018):

como bien lo comentó Vicente en la conversación que tuvimos. Por esta razón, se considera a esa década como la edad de oro del CD, siendo el 2000 el año con mayor cantidad de ventas a nivel mundial. Así lo afirma Music Radar Clan (2017) en su vídeo *Especial de formatos: Cassette*. Sin embargo, anota el experto, el boom del CD decayó cuando se hizo notorio que el formato se rayaba fácilmente y la calidad del sonido se perdía con el tiempo. Debido a esto, en la segunda década del Siglo XXI resurgió el vinilo con un mejoramiento tan notable en su calidad que no tiene nada que envidiar a las revolucionarias y muy populares plataformas como Napster, Youtube o Spotify que, en particular esta última, han acaparado el mercado de la música a gran escala. A lo que debe añadirse que, como se expone en el apartado siguiente, el vinilo y su coleccionismo van más allá del sonido, porque representa todo un ritual y una experiencia de satisfacción *personal* ante el objeto en físico que no logran las plataformas de internet.

17 Según este experto, tanto el cassette como el vinilo tienen procesos completamente analógicos, pero el primer soporte digital fue el CD a principios de los ochenta con grabaciones de música clásica en Alemania. El primer CD grabado en formato digital en el mundo fue *The Visitors* de ABBA.

Además, el modelo de funcionamiento de estas plataformas les ha procurado sus propios detractores, tal como ocurre con Spotify; así lo expresa Patrik

*Spotify ha despertado un interés considerable en la industria musical de todo el mundo, pero parte de este interés surge de la desconfianza, o tiene por objeto criticar su modelo de negocio y sus métodos. Las críticas se han centrado en gran medida en el modelo freemium [que] es sostenible a largo plazo, aunque las más duras [críticas] se refieren al modo en que se reparten los ingresos con los propietarios de los derechos en los diferentes niveles de la cadena de valor. Al menos hay dos factores que propician estas críticas. (pág. 17)*

Son muchas las críticas frente a este tipo de modelos de distribución que han afectado, por ejemplo, a los artistas emergentes con el asunto de los derechos de autor. Sin embargo, ante el usuario común y corriente es una herramienta de accesibilidad oportuna y llamativa de la música, tal como opinan los dos entrevistados que con su trabajo también hacen parte de la cadena de comercialización musical actual.

En esta reflexión acerca del renacimiento y renovación del vinilo, tanto en Bogotá como en CDMX, es de gran relevancia la historia de las máquinas prensadoras en Latinoamérica, que difiere mucho de la de Estados Unidos o Europa. En especial en Colombia las máquinas prensadoras de Discos Fuentes y Sonolux fueron vendidas ante la llegada inminente del CD en los noventa. Esta triste historia macondiana se cuenta en el documental *Bogotá Distrito Vinilo: Una historia oral* de Rodrigo Armenta y Mario Ortega (2020). Tony Peñaredonda de Discos Fuentes cuenta:

“Discos Fuentes vendió toda la infraestructura de los vinilos... son instalaciones que requieren mucho espacio y que requieren también un consumo de energía; requiere personal, experticia en temas como galvanoplastia... igual esos equipos ya desaparecieron, esas prensas ya no están acá.” (56m22s)

Wikström (2014) en *La industria musical en una era de distribución digital*:

En el mismo documental Mario Galeano, experto en el tema, reafirma que en Colombia ya no hay de este tipo de prensadoras y reitera que las vendieron para darle carta blanca a la industria del CD. También afirma que “no hay ni una sola prensadora de calidad en Latinoamérica: en México hay una pero que no es de alta calidad” (1h1m52s). Cuenta que en Estados Unidos hay 25 prensadoras pero no dan abasto, y en Europa las principales están en Holanda. Galeano asegura que en la región las prensadoras son precisamente “el punto de la cadena de producción en donde está el hueco más grande” (59m55s). Quizás hoy las dinámicas y las prioridades de la industria son otras, pero la demanda del vinilo de estos países sigue en aumento y se hace necesario visiones más a largo plazo sobre la producción de los mismos, porque el vinilo se renovó. Paradójica y lamentablemente en Colombia, a diferencia del pasado: ya no hay tecnología para producir este formato.

## **Obsesiones de Alto Precio: Coleccionismo de Discos**

Para comenzar este apartado quiero recoger el paralelo entre lo humano y el mundo de los objetos que hace Jean Baudrillard (1969) en su libro *El sistema de los objetos*:

*La relación humana, que es el campo de lo único y de lo conflictivo, nunca permite esta fusión de la singularidad absoluta y de la serie indefinida: de donde viene que sea fuente continua de angustia. El campo de los objetos, por el contrario, que es el de los términos sucesivos y homólogos, nos tranquiliza... “El objeto -dice Maurice Rheims- es para el hombre una suerte de perro insensible que recibe las caricias y las devuelve a su manera, o más bien las remite como un espejo fiel no a las imágenes reales, sino a las imágenes deseadas”. (pág. 50, 101)*

Los objetos hacen parte de ese territorio tranquilo de las cosas inertes que nos rodea y por qué no: que nos acompañan sin preguntas ni reparos, según afirma el autor. Sobre el tema de la colección de objetos, Italo Calvino (1974) en su texto *Colección de arena* afirma que “la fascinación de una colección reside en lo que revela y en lo que oculta del impulso secreto que la ha motivado”. En muchos casos representa una obsesión en el buen sentido de la palabra (pág. 16). “¿Qué idea habrá guiado al coleccionista?”, se pregunta Calvino. Quizás sea el deseo por rescatar objetos de la inminente muerte generada por el olvido o el deseo irreductible e insaciable de acaparar un objeto como un sustituto de alguna carencia. Visto desde el punto de vista del investigador social, el coleccionismo de discos involucra todo un ritual marcado por la repetición que engloba no sólo un fuerte amor a la música, sino toda una dinámica ligada a la búsqueda, la adquisición, la clasificación y la organización del material deseado. En casos destacados de coleccionismo de discos se realiza toda una arqueología alrededor de esta práctica por el rigor, la paciencia y la dedicación que requiere.

Ese ritual, en algunos casos específicos, se conoce en el universo de la música como *crate digging*, que son “excavadores de cajas de discos” o “rebuscadores de discos” (en un contexto más *underground*).

Esos rebuscadores son claramente algunos de los clientes de Retroactivo Records. Este oficio necesita en algunos casos de guantes y tapabocas, cual arqueólogo en caverna. De conformidad con esto, en Wikipedia encontramos una atinada descripción de esta tarea del *crate digging* para la que solo están dispuestos pocos entusiastas:

*Una búsqueda exhaustiva en las cajas de discos antiguos disponibles en tiendas de segunda mano y mercadillos para encontrar alguna grabación de interés. Esta práctica está asociada y tiene un prestigio particular entre muchos productores de hip hop, que buscaban discos raros con sonidos novedosos para mezclarlos con sus grabaciones recién creadas. En su relato sobre los excavadores de cajas del mundo del hip-hop norteamericano de la década de 1980, la teórica de los medios y la cultura Elodie A. Roy escribe: “Mientras seguían las tiendas de segunda mano y los mercadillos (destino de ejemplares excedentes no deseados generados por una industria capitalista), los excavadores estaban destinados a encontrar los materiales sonoros contenidos en los principales discos LP producidos en masa que habían caído en desgracia al quedar pasados de moda. Los utilizaron principalmente como materia prima, buscando crear ritmos a partir de ellos”. (s.f.)*

De ahí viene la popularización de muchas tiendas de discos de segunda mano como Retroactivo Records, que tienen muchos tesoros para coleccionistas. Así pues, esta práctica requiere de mucho tiempo, pero también de mucho dinero —como el coleccionismo en general— que históricamente ha sido vinculado a las élites y las artes plásticas. Sin embargo, los “excavadores de cajas de discos” como afirma Paul Martin: ayudaron a fomentar el coleccionismo popular, generalmente interesado en artículos “obtenibles, asequibles y atractivos”, lo cual es “una consecuencia de la producción en masa” (Wikipedia, s.f.). Al respecto, en el documental

*Bogotá Distrito Vinilo: Una historia oral* de Rodrigo Armenta y Mario Ortega (2020), LuiSoul (Selector) afirma que coleccionar música es una forma de entender la historia de la humanidad. Por su parte, el “pinchadiscos” francés Galletas Calientes cuenta:

*“Hace un tiempo yo estaba buscando de pura enfermedad de coleccionista los primeros 10 volúmenes de los 14 Cañonazos. Y cuando llegué a 9, el último, nada, nunca me lo encontré. Y hace poco, donde este señor, yo llegué y había unas cajas llenas de polvo y ¡ah! ¡Ahí estaba! Ahora quiero los catorce primeros [sonríe].” (39m42s)*

En el documental también se afirma que el coleccionismo de música en Colombia por sus géneros y raíces culturales, es una mina de oro para todo el que le guste el coleccionismo de discos. En general, la música en Latinoamérica es de un valor incalculable, pero desgraciadamente no muchos lo notan. En opinión de Mario Galeano:

*Colombia es un país con un complejo tercermundista muy arraigado, entonces a la gente le cuesta ver cuál es el valor real de lo que existe acá y poder ponerlo en contexto en la región y en el planeta. Si la gente del común supiera la importancia que tiene Colombia como epicentro de música del siglo XX tendría otra opinión muy diferente. Pero no. Siempre tiene que llegar un gringo a decir “ojo, miren acá” y ahí cuando llega el gringo a decir eso, ahí sí la gente voltea a mirar. (1h18m33s)*

Esta opinión es muy cierta y se entiende más cuando se está fuera del país. En México ahora más que

otras veces, escuché en lugares públicos todo tipo de música colombiana: desde Elsa y Elmar hasta Maluma, desde Pedrina hasta Carol G, pero sobre todo salsa caleña. Por ejemplo, se encuentra gente en variedad de sitios cantando a todo pulmón la música de los años dorados de Niche y Guayacán. Eso me impactó y me recordó a mí misma aquel 2008 cuando cantaba de la misma forma: Juan Gabriel y Chavela Vargas en el karaoke de la tienda de Doña Rosita por allá arriba en La Candelaria. Sin duda, todo este viaje, entre otras tantas cosas, me hizo recordar que somos pueblos parecidos, con heridas y esperanzas compartidas, y como me dijeron allá: unidos por una hermandad, por las raíces de un territorio ancestral y común que es América Latina, donde, sin lugar a dudas, la música en nuestro idioma teje un hilo invisible que nos acerca, nos conecta y nos llena de afecto.

De mis huellas, andares.  
Alfombra de frailejones  
De mis bailes, mis dones  
El paso fluye al confiar  
Dicho está, hecho está  
Suelta cargas ancla el ya  
Suelta timón, anda  
Con brújula en el pecho  
No se va a oxidar, no va perder  
—Briela Ojeda, Liviana

## Referencias

Armenta, R., & Ortega, M. (2020). *Bogotá Distrito Vinilo: Una historia Oral*. Youtube <https://youtu.be/W-yLnDHxiVE>

Augé, M. (2009). *Los no lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. (F. González Aramburu, Trad.) México: Siglo XXI.

Calvino, I. (2015). *Colección de arena*. Madrid: Siruela.

Clan Music Radar. (29 de mayo de 2017). *El cambio de la música analógica a digital*. Youtube <https://youtu.be/aMuIwP-mVUo>

Clan Music Radar. (9 de junio de 2017). *Especial de formatos: El cassette*. Youtube <https://youtu.be/Nbk8XzjpaWo>

Guillén, A. (11 de julio de 2018). *Del vinilo a las recomendaciones y el 'trap'*. Recuperado el 6 de septiembre de 2022, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/vinilo-recomendaciones-trap/>

Harry Ransom Center . (2022). *Gabriel García Márquez: la creación de un escritor global*. Museo de Arte Moderno, Ciudad de México.

Wikipedia. (s.f.). *Coleccionismo de discos*. Recuperado el 5 de agosto de 2022, de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/Coleccionismo\\_de\\_discos](https://es.wikipedia.org/wiki/Coleccionismo_de_discos) Fecha

Wikström, P. (2014). La industria musical en una era de distribución digital. En *C@mbio: 19 ensayos clave acerca de cómo internet está cambiando nuestras vidas* (pág. 471). BBVA. Recuperado el 26 de agosto de 2022, de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>

Título: Todos los Días Oímos Historias 1



Título: Todos los Días Oímos Historias 2



Título: Piedra 1



Título: Piedra 2



Título: Anima Fragile



Fotografía: Omar Moreno

# Transformaciones del Proceso Creativo y las Técnicas de la Peluquería en Bogotá, Colombia (1980-2020): Sistematización de mi Experiencia como Peluquero

Juan Manuel Ciro <sup>18</sup>

## Resumen

Este artículo ofrece, desde una perspectiva muy personal, una aproximación histórica a la evolución y desarrollo de la peluquería bogotana, actividad a la que por vocación llegué hace más de 40 años y que sigo ejerciendo con pasión. Me mueve el interés de mirar en retrospectiva lo que fue mi proceso creativo, la evolución y transformaciones del oficio y/o profesión y, sobre todo, el deseo de sistematizar una experiencia de vida que dé cuenta de los estilos, tendencias y técnicas enmarcadas en un periodo de tiempo que abarca cuatro décadas (1980 - 2020). Esta investigación de tipo cualitativo, aunque apela al relato cronológico, busca trascender el simple ejercicio de ordenar, catalogar o clasificar datos o informaciones dispersas identificando los hitos que marcaron la peluquería en los últimos 40 años.

*Palabras clave:* sistematización de experiencias, peluquería, peluquero, proceso creativo, tendencia, técnicas de peluquería, oficio, profesión.

## Abstract

This article offers, from a very personal perspective, a historical approach to the evolution and development of hairdressing in Bogota, an activity that I came to by vocation more than 40 years ago and that I continue to practice with passion. I am moved by the interest of looking back on what my creative process was, the evolution and transformations of the trade and/or profession and, above all, the desire to systematize a life experience that accounts for the styles, trends and techniques framed in a period of time spanning four decades (1980 to 2020). This qualitative research, although it appeals to the chronological account, seeks to transcend the simple exercise of ordering, cataloging or classifying scattered data or information, identifying the milestones that marked the hairdressing salon in the last 40 years.

*Keywords:* systematization of experiences, hairdressing, creative process hairdresser, trends, hairdressing techniques, trade, profession.

---

18 Peluquero “stylings” de pasarelas, asesor editorial de diferentes publicaciones en Colombia (Revistas Cromos, Novias, En forma), experiencia profesional y artística y profesor universitario. Primer lugar en el campeonato nacional de peluquería 1994 y representante por Colombia en el campeonato mundial de Londres, 1995. Email: moncho642@hotmail.com

## Introducción

*Sistematizar* es una forma particular de investigación, la cual alude al ordenamiento y clasificación de una variedad de elementos y características implicadas en un proceso con la intención de construir un relato significativo. Con esta forma de elaboración se identifican los datos o informaciones y se clasifican, ordenan y catalogan en la forma de un sistema. En trabajos relacionados con procesos sociales el término se utiliza en un sentido más amplio, pues abarca no solo datos o informaciones que se recogen y ordenan, sino también la posibilidad de obtener aprendizajes críticos de las propias experiencias, por lo que se habla de “sistematización de experiencias”. (Jara, s.f.). Así pues, el ejercicio consiste en reflexionar e interpretar de manera crítica la experiencia desde la experiencia misma. De acuerdo con Jara, el proceso se realiza con base en la reconstrucción y ordenamiento de los factores objetivos y subjetivos que intervienen en una práctica con el fin de extraer aprendizajes y compartirlos. Desde esta perspectiva, para sistematizar una experiencia no basta con recuperar simplemente la historia de un hecho o de documentarlo, sino de analizarlo, reflexionarlo e interpretarlo de manera crítica. Como lo expresa Matinal:

En una sistematización de experiencias, el objeto a sistematizar es nuestra propia práctica y si bien puede llegar a un primer nivel de teorización y alimentar un diálogo crítico con el conocimiento teórico, no tiene pretensiones de generalización ni de universalización. (2010)

Con esta idea en mente, el siguiente texto presenta la sistematización de la experiencia misma en la profesión de la peluquería, recurriendo a una línea de tiempo que da cuenta de la evolución cronológica de la peluquería, sobre la que se organiza el relato

histórico tomando como guía un análisis por décadas. La revisión sistemática de la experiencia misma apoyada en los registros documentales de los distintos momentos, recoge lo propio y significativo de cada década y revela aspectos significativos tanto de la moda en los cortes de cabello y diseño de peinados, tendencias, uso de accesorios, como de las formas y estilos. En cada momento es notorio el interés de las distintas generaciones por mejorar la apariencia física influenciados eso sí por las pautas que imponen los medios de comunicación, la industria cosmética o los gustos de los propios consumidores.

## 40 Años de Historia y Evolución de la Peluquería

### Década de los años 1980 – 1990

Entre 1980 y 1990 Colombia tiene como referente la sociedad estadounidense; una nueva generación de jóvenes de clase media alta, entre los 20 y 39 años, educados en prestigiosas universidades, con afán por vincularse al mundo financiero y conocidos como *yuppies*, se incorpora al mercado laboral. Su forma de vestir, su cuidado aspecto y estado físico, su gusto por la tecnología y por adquirir bienes exclusivos y costosos marca la época e influye en un comportamiento social que se caracteriza por la banalidad y las apariencias. Por entonces el narcotráfico comienza a permear todos los estamentos políticos, económicos y sociales; Pablo Escobar Gaviria, capo de la mafia colombiana, resulta elegido representante a la Cámara de Representantes en 1983. Surge el concepto de “esposas trofeo” para referirse a mujeres que gastan sin medida en su apariencia y pasan horas en salones de belleza. Detrás de ellas, los barones de la droga y sus excentricidades. Uno de los eventos que más fuerza cobró durante la década

fue el Reinado Nacional de Belleza, certamen que se celebra desde 1934 y de gran arraigo en la cultura popular colombiana. Ni siquiera en 1985, año en el que el grupo guerrillero M-19 se tomó el Palacio de Justicia, fue suspendido.

Peinados y maquillaje concentran una moda abigarrada, ornamental, exagerada y costosa en la que se expresa el auge económico de entonces. Época de ondulados, rizos con permanente, rayitos e iluminaciones, técnicas de engominado y uso de nuevos elementos como el secador de mano en reemplazo de los secadores de cabeza de pie. Llegan al mercado accesorios como el difusor y productos como el gel y la espuma con los que se da volumen y movimiento al peinado. Se restringe el uso de la laca, tan de moda en los años 70. Los ochenta serán recordados por la influencia de iconos de la música, la televisión y el cine. Figuras como Farrah Fawcett, Cyndi Lauper, Sigourney Weaver, Melanie Griffith, Harrison Ford y Lady Diana Spencer, y grupos musicales como Duran Duran, The Police, cantantes como Whitney Houston, Madonna, George Michael y Boy George influyen en todos los aspectos de la moda.

El surgimiento de grupos urbanos como los punks, góticos y skin heads da cuenta de una estética que define los peinados, vestimentas y, sobre todo, se les entiende como una forma de subversión y protesta. Aunque el movimiento punk nace en Londres en los años 70, logra su máxima popularidad en los 80. El auge del capitalismo postmoderno, muestra el arraigo de los cantantes, en la música, imagen cuidada y en constante cambio. Figuras como Michael Jackson, Madonna y Cindy Lauper son claro ejemplo de cómo los artistas tienen que “reinventarse” para lograr una permanencia en un mercado cada vez con más competencia, alimentado por la aparición del canal MTV y la popularización de los videos musicales,

lo que dio paso a una mayor visibilidad y mejor comunicación con sus seguidores. En este contexto se popularizan celebridades que representan un ir contra la moda, el consumo y la formalidad. Se impone el uso de ropa de cuero, cadenas, tatuajes y peinados en los que destaca la nuca, costados rapados y el centro de la cabeza en puntas exageradas imitando un mohicano. La moda es un medio de expresión que siguen muchos jóvenes que sin ser punks comparten su estética, por divertida y transgresora. El cliente promedio busca parecerse a un personaje icónico, aun a costa de sacrificar su estilo personal.

En una época que se caracteriza por la mínima disponibilidad de productos especializados e innovadores para el arreglo del cabello, aunque ampliamente comercializados en Europa y Estados Unidos, el rol de peluqueros, estilistas y expertos en moda y belleza emulaba el de artesanos y artistas. Se logra con éxito compensar la falta de materiales e instrumentos con recursividad e ingenio: un gorro plástico colocado en la cabeza de la cliente sirve de lienzo para entresacar con aguja de crochet mechones de cabello y así someterlos luego a decoloración o tintura.

A principios de la década retorna el entusiasmo por la permanente, proceso utilizado para rizar artificialmente los cabellos; abriendo un nuevo mercado dentro de la población de mujeres jóvenes. Lo anterior, en parte por la disponibilidad en el mercado de nuevos líquidos de ondular, como el *Natural Styling* de Schwarzkopf Silueta, marca icónica y líder del mercado durante mucho tiempo. Si bien la marca se lanza para uso exclusivo de salones de belleza y restringida al público en general, a la postre termina comercializándose en supermercados y droguerías. El gel, como producto de fijación, resulta innovador dada su capacidad de dar volumen al peinado. Mas tarde cae en desuso por

su alto contenido de alcohol y reemplazado por otros productos como ceras, arcillas y cremas. La década de los 80 se marca por el predominio de un estilo maximalista, exagerado, brillante y colorido. La prosperidad económica se hace notoria en hombres y mujeres quienes compiten a la par por mejorar su apariencia en el vestir, peinado y maquillaje. Mujeres empoderadas ascienden a puestos de poder (por ejemplo Margareth Tacher, Primera Ministra inglesa), y desde posiciones y roles se muestran muy cómodas vistiendo *power dressing*. Por encima de todo se busca “estar a la moda” sin importar si el *look* queda bien o no. Los cortes de pelo y maquillajes son casi unificados, con tendencias muy marcadas. El más claro ejemplo es el estilo *Lady Di*, catalogado como el corte más copiado de la década: un corte

de pelo geométrico y sencillo en contraposición a la exageración de la época anterior. Para la noche destacan los colores neón, lentejuelas, materiales costosos, maquillaje exagerado y pelo sumamente estructurado. Universo de una sociedad obnubilada por el poder económico.

### El Oficio y sus Transformaciones

En los 80 al peluquero se le considera más artesano que artista, más hacedor que creador. En términos de gustos, lo usual es que el cliente comunique una idea preconcebida de lo que quería y el peluquero la interprete; muy pocos se atreven a aventurarse en procesos creativos. Se asume que la *creación* está reservada para los grandes peluqueros europeos encargados de dictar la moda.

**Tabla 1**

*Década 1980-1989. Técnicas-Formas-Instrumentos-Productos*

|                        |  |
|------------------------|--|
| <p><b>Técnicas</b></p> | <p><b>1. Corte Geométrico:</b> estilo Vidal Sassoon, peluquero inglés, posicionado como el primer estilista estrella en el mundo.</p> <p><b>2. El corte <i>Mullet</i>:</b> símbolo de los 80, caracterizado por ser corto en los costados y en la parte superior, pero largo en la parte posterior. En Colombia, ampliamente aceptado en particular por los antioqueños, quienes se lo “apropiaron”, y por ello se le conoce popularmente como el corte paisa.</p> <p>En la segunda mitad de la década, destacan los peinados con volumen, definidos y acentuados por el uso de permanentes y la técnica de arrugar el cabello, efecto que se logra con el difusor y las manos.</p> <p><b>3. Corte en Capas:</b> el cabello cae naturalmente sin uso de lacas ni fijadores.</p> <p><b>4. Copete estilo <i>ALF</i>:</b> adopta su nombre por el personaje de la reconocida serie norteamericana del mismo nombre, emitida a finales de la década.</p> |
| <p><b>Formas</b></p>   | <p>Geométricas, precisas, exactas: Corte <i>Mullet</i>, corte “hongo”, corte “cleopatra”. En su ejecución se utilizan tijeras de corte liso a fin de lograr precisión y apariencia de bien realizados.</p> <p>Huelga decir que si en esa época se hubiera hecho un corte con las técnicas de hoy, se le hubiera calificado y descrito como trasquilado y mal ejecutado.</p>  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Instrumentos</b> | Se populariza el secador de mano que reemplaza definitivamente el uso de rulos y secadores de pie.<br><br>Tijeras de hojas lisas, micro dentadas, dentadas y entresacadoras. Con ellas se entresaca el cabello con el fin de liberar peso.<br><br>Cepillos redondos de madera, peinillas y uso del difusor. |
| <b>Productos</b>    | Aparecen los tintes de segunda generación: aquellos con componentes menos agresivos; decolorantes y uso de geles para lograr el <i>Wet Look</i> .<br><br>Coloraciones sólidas, rayitos e iluminaciones. Uso de gorro plástico y aguja de crochet con la que se entresaca el cabello.                        |

### Década 1990 - 2000

La década de los 90 se caracteriza por la masificación del uso de la tecnología: computadores, conexión a internet y teléfonos celulares. Se mantiene el culto a la belleza y a la perfección, representado por las súper modelos, impulsadas por el diseñador italiano Gianni Versace (1946–1997), y llamadas a reemplazar a artistas y cantantes como modelos a seguir. Celebrities como Lady Di y los Rolling Stones prestan su imagen para diferentes campañas y causas sociales como la lucha contra el SIDA y la prohibición de las minas antipersonales, entre otras. El hip hop, movimiento cultural nacido en el sur del Bronx y Harlem en New York en la década de los 70, se toma la escena mundial. Fenómeno no solo musical en el que se funden otros elementos: oral (*rap*), auditiva (*DJing*), física (*breaking*) y visual (*graffiti*), despertando el gusto por lo urbano. También se da espacio al minimalismo y la sencillez por contraposición a lo ostentoso, exagerado y el derrochador comportamiento de las personas de la década anterior. Lo sencillo y lo natural son la forma de expresión. Lo exagerado de los 80 se ve como chabacano y de mal gusto; transiciones que, sin embargo, no son abruptas, sino más bien fluidas. Se ponen de moda los tacones puntilla, las chaquetas muy grandes (*over size*) para hombres y mujeres;

retorna la minifalda y el maquillaje natural. La mujer, ya empoderada y liberada, comienza a mostrarse más sensual, representada en la moda de Versace, a quien se le atribuye haber sabido interpretarla con sus diseños atrevidos y vanguardistas. La serie de televisión norteamericana *Beverly Hills, 90210* (Clase de *Beverly Hill* para Colombia), emitida a lo largo de la década, debe en parte su éxito a que refleja la vida de los jóvenes norteamericanos de clase media alta de entonces, lo que influye notoriamente en la estética (moda, maquillaje, peinado) de la juventud. Los cortes de pelo de sus protagonistas masculinos se hacen muy populares y solicitados durante la década.

En cuanto a los cortes de pelo femeninos, peinados y maquillaje destaca el volumen sumamente exagerado en el cabello y se impone del todo el Copete estilo *ALF*, como una pervivencia del estilo exagerado de los años 80 y que sirve de transición al estilo minimalista de los 90. A la par, también entusiasman los postizos y extensiones de cabello, al igual que la moda de la cabeza rapada. Actrices como Demi Moore, cantantes como Sinead O'Connor y a la princesa Carolina de Mónaco, dieron cuenta de ello. Michelle Pfeifer, Sandra Bullock, Winona Rider, Kurt Cobain, Jennifer Aniston y todas las *top*

*models* del momento como Claudia Schiffer, Naomi Campell, Cindy Crawford son referentes a seguir. Las modelos vienen a remplazar a los cantantes como íconos a imitar y, por ende, se solidifica el culto a la moda, la perfección, el cuidado del cuerpo y la estética en general. Grupos musicales como las Spice Girls, cuyas integrantes representaban el *girl power* y respondían a un estereotipo de mujer definido: Baby Spice (la infantil/la pequeña); Scary Spice (la salvaje/la atrevida); Posh Spice (la elegante), tuvieron un gran éxito a nivel mundial. Cualquier mujer se podía sentir identificada con alguna de ellas. Por su parte, las mujeres del común también sueñan con parecerse a sus ídolos (actrices y modelos famosas), incluso recurriendo al uso de la cirugía plástica. El corte de pelo de “Rachel”, el personaje de Jennifer Aniston en la serie “Friends”, fue uno de los estilos más copiados de la década. Un corte de líneas sencillas y más bien rectas, inspirado en los sesentas. En cuanto a las casas comerciales como Lóreal, Wella y Schwarzkopf, entre otras, se preocuparon por modernizar su catálogo de productos y vincularse a las nacientes ferias de moda en Colombia.

### En Busca de Estatus

En lo que respecta a los establecimientos de peluquería, continúan siendo percibidos como

negocio de barrio y los peluqueros considerados artesanos más que artistas. Ello empieza a cambiar con la organización de Colombia Moda, en Medellín, evento que a la postre se convirtió en el referente de moda más importante de Latinoamérica. Tanto peluqueros como maquilladores van ganando visibilidad, al punto que se establece una clara diferenciación entre aquellos que se mantienen en la rutina del negocio y los que se preocupan por participar en eventos locales y extranjeros para así acceder a educación formal y especializada.

Durante aquellos años se me da la oportunidad de participar en múltiples y prestigiosos eventos nacionales e internacionales, favoreciendo mi proceso creativo y a lo que también se suma la formación recibida de los diseñadores de moda. Lo anterior implica saber interpretar y realizar los *stylings* requeridos para las diferentes pasarelas. En 1994 obtener el primer lugar en el campeonato nacional de peluquería, sirve como preámbulo para participar en el campeonato mundial de Londres (marzo de 1995), en representación de Colombia. Una experiencia que me permite dimensionar la importancia de la industria de la peluquería en el mundo, a la vez que me da la oportunidad de vincularme como peinador oficial en el Reinado Nacional de Belleza en Cartagena en siete ocasiones

**Tabla 2**

*Década 1990-2000. Técnicas-Formas-Instrumentos-Productos*

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Técnicas</b> | Minimalista: en busca de lo simple; cabello corto en mujeres y más largo en hombres. Cortes “desconectados” que se apartan de la geometría utilizada en la década anterior; influencia del peluquero español Louis Llongeras y sus famosos cortes programados y desconectados. |
| <b>Formas</b>   | Simples, suaves, naturales. Uso de recogidos muy elaborados para la noche.   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Instrumentos</b> | Tijeras lisas y micro dentadas, para poder deslizarlas por el cabello y lograr una suavidad en la terminación del corte. Uso de secadores, planchas, cepillos redondos y planos, fijadores, y pedrería en los cabellos recogidos. |
| <b>Productos</b>    | Desaparece el gel y la espuma, prima el acondicionamiento y la suavidad.<br>Tintes, aclarantes y decolorantes de mejor calidad, que prometen reparación y nutrición capilar.  |

### Década 2000 – 2009

Los albores del siglo XXI llegan con una moda y estética en la que se aglutinan elementos de las décadas anteriores. Las mezclas y el ansia de experimentación nutren la búsqueda de una identidad propia. El Internet, las redes sociales, la música, la moda, la imagen, los deportes hacen parte de un mundo globalizado. Época prolífica para artistas, actores, actrices y modelos en los que son evidentes las influencias pluriculturales que irrumpen en todos los mercados y en particular en Estados Unidos y Europa. Ejemplo de ellos son Britney Spears, Cristina Aguilera, Shakira, Whitney Paltrow, Nicole Kidman, Angelina Jolie, Cameron Díaz, Halle Berry, Charlize Theron, Brad Pitt, David Beckham, quienes rápidamente se convierten en ídolos mundiales.

A la moda se la define como “ecléctica”: pantalones descaderados y muy anchos en los hombres, blusas ombligueras, faldas a la rodilla, minifaldas, *jeans*; una

combinación de elementos que comparten en común la búsqueda de la comodidad y la individualidad. No obstante, en estar inspirada en los ídolos del momento (actrices, modelos, cantantes), es notable el interés de las personas por la individualidad y estilos diferenciados que se acomoden a las particularidades de cada quien: a sus facciones, tipo de pelo y de gustos muy personales. El hombre se preocupa más por su aspecto y deja de incomodarle lo que la gente diga o piense respecto al cuidado de su apariencia. En ello se apalanca el hecho de que las casas cosméticas comiencen a producir líneas de cuidado especial para hombre.

### Los Peluqueros y su Vínculo con la Moda

Los comienzos del nuevo siglo representan para el oficio el reconocimiento de los peluqueros como profesionales y su presencia, notoria e indispensable en ferias de moda: Colombiamoda, Cali ExpoShow, Bogotá Fashion Week, Plataforma K.

**Tabla 3**

Década 2000-2010. Técnicas-Formas-Instrumentos-Productos

| <b>Tabla 3: Década 2000 – 2010 /Técnicas – Formas - Instrumentos - Productos</b> |   |
|--|---|
| <b>Técnicas</b>  | Reinterpretación de técnicas de décadas anteriores, ecléctica, pelo corto, asimétrico, retorno del corte <i>Bob</i> , pero sin geometría. Búsqueda de lo individual e interés de las personas por tener un estilo muy personal. Sin embargo, en muchos ámbitos, la masificación de la información contribuye a diversificar los roles de figuras a imitar: actrices, cantantes y modelos. |

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Formas</b>       | En constante evolución. Se reinterpretan las tendencias del siglo XX.<br>Eclécticas y confusas.  |
| <b>Instrumentos</b> | Tijeras lisas, micro dentadas, <i>fader</i> , máquinas eléctricas, secadores, planchos y pinzas eléctricas. Las tendencias de moda que tardaban meses e incluso años para llegar a nuestro país, comenzaron a influenciar de una manera más inmediata  |
| <b>Productos</b>    | Tintes de tercera generación (coloración, cuidado y reparación del cabello). Aclarantes y decolorantes de mejor tecnología para un mejor cuidado del cabello. Explosión de marcas y casas comerciales.<br><br>Geles, espumas, ceras, arcillas, lacas de diferente fijación, <i>shampoos</i> , tratamientos, aceites y siliconas que no solo colorean, sino que cuidan y reparan el cabello (adición de componentes naturales como aceites, extractos de plantas y vitaminas). Aclarantes y decolorantes de alta tecnología; en general productos hechos para cuidar el pelo. |

### Década 2010 – 2020

La década del 2010 al 2020 se caracteriza por el despertar de una conciencia ecológica y la lucha por detener el cambio climático, por el desarrollo tecnológico imparabable, el internet de banda ancha y mayor velocidad de navegación, masificación del uso del internet y protagonismo de las redes sociales. Se suma el avance en la lucha por los derechos de las minorías (comunidad LGTB, mujeres y grupos raciales), así como por el interés de cerrar la brecha entre la desigualdad en las condiciones laborales entre hombres y mujeres.

En términos de moda, son años que dan cuenta de la influencia de lo urbano y tendencia hípster en los hombres. Referentes que en todo caso provienen de diversos puntos: cantantes, actores, modelos e *influencers*, ahora dueños de las redes sociales y capaces de llegar a millones de personas a través de sus seguidores. Fenómeno cuyo ejemplo siguen las casas de moda y estética al recurrir a ellos como promotores publicitarios de sus marcas y productos. El poder e influencia en el imaginario de las personas, deja de manifiesto la preponderancia que se le concede hoy las redes sociales.

Prevalece la comodidad sobre la formalidad, de ahí que no resulte extraño permitir el uso de tenis como calzado principal en *looks* formales. La influencia de diseñadores italianos como Gucci, Dolce y Gabbanna, Armani y Versace sigue siendo notable. Se reinterpretan tendencias pasadas y se asume como innovador todo aquello que pueda resultar de la deconstrucción. El gusto por las transparencias en el sexo femenino, en ocasiones, raya en lo vulgar. Son tiempos de gloria también para las hermanas Kardashian, Jennifer Laurence, lady gaga, Kate Meddelton, Maroon Five, Ronaldo, Justin Biber, Maluma. La moda y el “*fast fashion*” se toman el mundo. Marcas como “Zara,” “H&M,” dan la oportunidad de estar a la moda a un bajo costo, y solo algunos cuantos reparan en el trasfondo social de una industria que contamina y esclaviza. La producción se hace en países donde no existe una legislación que proteja los derechos de los trabajadores, condición ésta que se aprovecha para abaratar costos. Hay quienes aseguran que el inventario de ropa no vendida causa un enorme desperdicio de prendas que van a parar a países de Europa Oriental, donde

muchas veces es utilizada como combustible para calentar los hogares de la gente menos favorecida.

### De Oficio Menor a Verdadera Profesión

En los últimos años han sido los clientes quienes más han contribuido a mejorar el estatus de los peluqueros a quienes ahora perciben como verdaderos artistas y creadores y se refieren a ellos como *asesores de imagen*. Se les consulta incluso para que aconsejen o hagan sugerencias respecto a lo que va bien o se debería usar en ciertas ocasiones (prendas de vestir, combinaciones, accesorios) y, por supuesto, su opinión cuenta a la hora de decidirse por uno u otro corte de cabello y peinado. El proceso creativo se asemeja al de un artista que se nutre de información, conocimiento de técnicas, pasión y gusto por el arte, destrezas y habilidades. El peluquero de hoy es un

*profesional* al que se le pide asesoría integral, que entrega conocimiento y práctica al servicio de una morfología y personalidad diferenciada. Cada cliente es un universo y como tal se le atiende, esto hace que el oficio cobre valor, prestigio y reconocimiento.

En resumen, la última década muestra cómo el oficio de peluquero y la actividad de las peluquerías dan cuenta de transformaciones significativas. Por una parte, el peluquero ha dejado de ser un artesano, pasando a desempeñar un rol mucho más artístico y profesional. Por otro, la peluquería como negocio vinculado a la poderosa industria de los cosméticos y la belleza no pueda ser ajena a la moda, el glamour y las pasarelas. Ocupan un lugar preponderante en la economía colombiana, siendo uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento.

**Tabla 4**

*Década 2010-2020. Técnicas-Formas-Instrumentos-Productos*

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Técnicas</b>     | La búsqueda de la individualidad demanda constante preparación para responder a la exigencia de un cliente que reclama resultados cada vez más profesionales. Lo original ya no se basa en la creación sino en la innovación.  |
| <b>Formas</b>       | Únicas y diversas. Se busca modernizar, pero también restablecer elementos del pasado.   |
| <b>Instrumentos</b> | Tijeras elaboradas con materiales innovadores como el carbono y el acero ultraliviano, facilitan el corte del cabello. Secadores de alta tecnología, con mayor potencia de secado, pinzas eléctricas con base en materiales cerámicos. Junto a las peluquerías o integradas a ellas están ahora también las barberías. En su utilería destacan máquinas eléctricas, patilleras y navajas.  |
| <b>Productos</b>    | Decolorantes de última generación cuyas etiquetas refieren menor daño en el cabello. Arribo y afianzamiento comercial de múltiples marcas cosméticas al país (Revlon, MAC), e infinita variedad de productos. Mercado cada vez más competido, realidad que lleva a las casas cosméticas a desarrollar investigaciones en las que invierten miles de dólares o euros en su interés por lograr productos más ecológicos, eficientes e innovadores. Todo ello repercute en que el trabajo de peluqueros y estilistas sea más eficiente y se perciba como “profesional”. |

**Tabla 5**

*Instrumentos* *característicos* *de* *cada* *época*

**Década 1980 - 1989**

**Figura 1**

*Juego de tijeras profesional*



*Nota.* Imagen de equipo profesional de peluquería [Fotografía], por WeTest, (s.f.), Amazon (<https://p-y3-www-amazon-com-mx-kalias.amazon.com.mx/tijeras-profesional-peluquería-inoxidable-plateado/dp/B088CP2WM2?th=1>). CC

BY 2.0

**Figura 2**

*Secador de pelo*



*Nota.* Secador típico de pelo para peluquería [Fotografía]. Por Ciro, J.M.

Bogotá.

Década 1990 - 1999

**Figura 3**

*Secador de pelo Curl & Straight Confidence*



*Nota.* Secador de pelo profesional Remington con accesorios [Fotografía], por Remington, (2021). Manual Plus (<https://manuals.plus/es/Remington/curl-secador-de-pelo-recto-confianza-manual#axzz7tOdCLsDC>). CC BY NC.

Década 2000 - 2009

**Figura 4**

*Secador y accesorios*



*Nota.* Materiales de peluquería profesional [Fotografía], por kornienkoalex, (2015). Depositphotos (<https://sp.depositphotos.com/63819747/stock-photo-hairdressing-tools.html>). CC BY 2.0

Década 2010 - 2019

Figura 5

*Accesorios de peluquería profesional actuales*



*Nota.* Accesorios profesionales de peluquería [Fotografía], por Barber Store 32.

Barberstore32 (<http://barberstore32.com.mx>). CC BY NC

## Conclusiones

El modesto recorrido por un periodo de tiempo que abarca apenas las cuatro últimas décadas en el tema de la peluquería deja, a manera de conclusión, varias reflexiones:

Acudir a la peluquería o solicitar los servicios de un peluquero, en especial, obedece tanto a motivos prácticos, estéticos y, como una constante, a estándares de moda. Hoy por hoy, las personas, indistintamente del sexo, edad, origen, rango social, ideología y religión, utilizan servicios de peluquería y arreglo personal por razones personales, estéticas, exigencias sociales y culturales. Desde esta perspectiva, cortar o arreglarse el cabello sigue siendo una costumbre y una necesidad que tiene que ver con el ser y el parecer. Se asocia con belleza, estilo, comodidad, practicidad, deseo de verse y sentirse bien o, simplemente, alinearse con el mandato de la moda.

Desde el punto de vista de quién ejerce el oficio, elevado hoy al estatus de profesión, el peluquero, experto en corte y peinado, también llamado estilista, tiene que demostrar no solo conocimientos adquiridos empírica o formalmente sino también

habilidades y destrezas, técnicas y artísticas. De su desempeño, ingenio, novedad y capacidad creativa depende su reconocimiento y valoración. Quienes demandan sus servicios por lo general son clientes cada vez más exigentes y con altas expectativas de satisfacción. Es por ello que la eficacia y vigencia del peluquero dependerá tanto del conocimiento de las técnicas del corte de cabellos, instrumentos y productos que utilice como de la empatía que genere hacia sus clientes.

Un aspecto que destaca de la revisión en el tiempo sobre las tendencias de la peluquería es la transitoriedad. Todo va y viene, se aleja, vuelve y se renueva. Décadas marcadas por acontecimientos, creencias e influencias difíciles de deslindar. Espacios de tiempo, diferenciados por diversidad de referentes, estéticas, estilos y tendencias. El Reinado Nacional de Belleza por mucho tiempo fue el gran referente de la estética y de cómo debía verse una mujer. Para peluqueros, estilistas y maquilladores participar en el evento era uno de los sueños más anhelados.

Si en los 80 y 90 la industria de la peluquería mostraba poco desarrollo y era evidente su atraso con respecto

a otros países, en las dos últimas décadas el desarrollo ha ido a la par. Ha sido precisamente el desarrollo, evolución y auge de la peluquería lo que ha llevado a que cada vez más personas del común vean en la educación un peldaño para su profesionalización ya sea como peluqueros, barberos o maquilladores. Lo anterior incide en la necesidad de que se creen y/o fortalezcan instituciones y programas académicos que profundicen en los contenidos, reconociendo que el sector tiene ya un gran peso en la dinámica social y económica del país.

## Bibliografía

(Jara, O. (s.f). *Orientaciones teórico-prácticas para la sistematización de experiencias*. Recuperado el 2022, de Centro de Estudios y Publicaciones Alforja: [http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0788/6\\_JAR\\_ORI.pdf](http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0788/6_JAR_ORI.pdf)

Barber Store 32. (s.f). Accesorios profesionales de peluquería [Fotografía]. Barberstore32. <http://barberstore32.com.mx>.

Kornienkoalex. (2015). Materiales de peluquería profesional [Fotografía]. Depositphotos. <https://sp.depositphotos.com/63819747/stock-photo-hairdressing-tools.html>.

Matinal. (2010). *La Sistematización de experiencias: aspectos teóricos y metodológicos*. Entrevista a Óscar Jara para la Revista Matinal. (R. d. Perú, Editor) Recuperado el 2022, de Cepalforja Centro de Estudios@Publicaciones.: [https://cepalforja.org/sistem/documentos/ojara\\_entrevista\\_rmatinal.pdf](https://cepalforja.org/sistem/documentos/ojara_entrevista_rmatinal.pdf)

Remington. (2021). Secador de pelo Curl & Straight Confidence [Fotografía]. Manual Plus. <https://manuals.plus/es/Remington/curl-secador-de-pelo-recto-confianza-manual#axzz7tOdCLsDC>

WeTest. (s.f). Imagen de equipo profesional de peluquería [Fotografía]. Amazon. <https://p-y3-www-amazon-com-mx-kalias.amazon.com.mx/tijeras-profesional-peluquería-inoxidable-plateado/dp/B088CP2WM2?th=1>

# Fotografías

**Serie-  
Mi Ciudad  
Teruel,  
Restos de un  
Pasado que  
aún Perdura  
en Nuestros  
Días  
(Segunda parte).**

**Foto  
grafía: Ana  
Pobo**

Serie- Mi Ciudad Teruel, Restos de un Pasado que aún Perdura en Nuestros Días (Segunda parte).



Fotografía: **Ana Pobo**

Serie- Mi Ciudad Teruel, Restos de un Pasado que aún Perdura en Nuestros Días  
(Segunda parte).

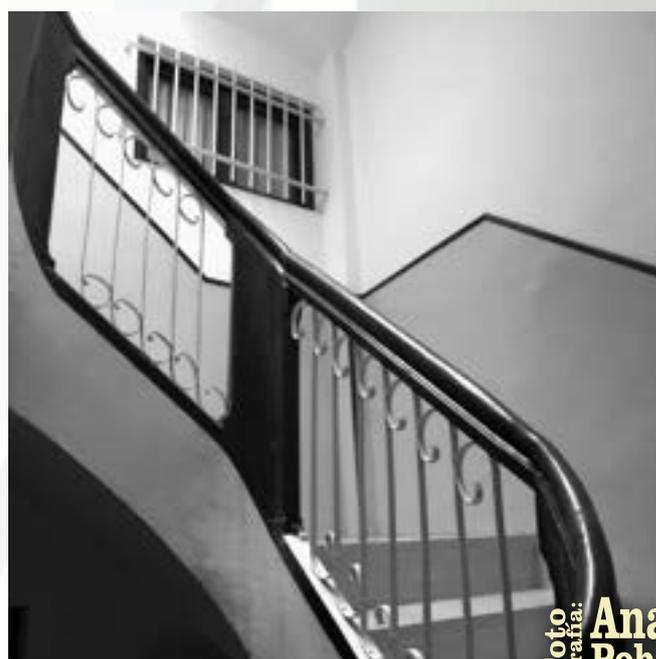


Foto  
gratía: **Ana  
Pobo**

Serie- Mi Ciudad Teruel, Restos de un Pasado que aún Perdura en Nuestros Días (Segunda parte).



# Autogestión de Productos Artísticos Derivados de Procesos de Investigación-Creación. El Papel del Investigador-Creador-Gestor

Juan Felipe Londoño Ramírez<sup>19</sup> y Juan David Martínez Hincapié<sup>20</sup>

## Resumen

El presente artículo analiza el rol y las funciones que actualmente desarrolla el *investigador-creador*, desde el proceso de concepción de la idea hasta la circulación y consumo de sus producciones artísticas y académicas. Aquí se entiende consumo, no desde una perspectiva mercantilista, sino desde una perspectiva intercultural en la que todas las personas pertenecientes a un grupo social comparten rasgos culturales que las caracterizan; así, todos somos consumidores culturales. En ese sentido, proponemos develar un nuevo actor en la cadena productiva: el *investigador-creador-gestor*. Para proponer dicho actor tomamos la experiencia emergida de los proyectos de investigación *Cumbiasón, propuesta de creación musical a partir de elementos identitarios, culturales y estructurales de la Cumbia*, y el *Son Cubano y Sintonía Cultural*

desarrollados en el Tecnológico de Artes Débora Arango. Dichos proyectos han permitido identificar posibilidades de circulación y herramientas para gestionar producciones artísticas y académicas.

*Palabras claves:* investigador, creador, gestor, cadena productiva, herramientas para la gestión de producciones artísticas y académicas.

## Abstract

This article analyzes the role and functions currently developed by the researcher-creator, from the process of conception of the idea to the circulation and consumption of their artistic and academic productions. Consumption is understood here, not from a mercantilist perspective, but from an intercultural perspective in which all people who belong to a social group share cultural traits that characterize them, so we are all cultural consumers.

19 Docente de los programas *Técnica Profesional en Producción para las Prácticas Musicales y Tecnología en Gestión y Ejecución Instrumental para las Prácticas Musicales* del Tecnológico de Artes Débora Arango, *Técnica Profesional en Ejecución de Proyectos Culturales y Tecnología en Coordinación de Proyectos Culturales*. Técnico en Música de la Escuela Popular de Arte de Medellín, licenciado en Educación Básica con énfasis Artístico y Cultural: Música de la Universidad de Antioquia, licenciado en Educación Artística y Cultural de la Universidad de San Buenaventura, especialista en Gestión Cultural con énfasis en Planeación y Políticas Culturales de la Universidad Nacional de Colombia y magíster en Gestión Cultural de la Universidad Nacional.

20 Estudiante cuarto semestre de *Técnica Profesional en Producción para las Prácticas Musicales* del Tecnológico de Artes Débora Arango, doctor en Lingüística y profesor de la Universidad de Antioquia.

In this sense, we propose to unveil a new actor in the productive chain: the researcher-creator-manager. To propose this actor, we take the experience emerged from the research projects *Cumbiasón, a proposal of musical creation based on identity, cultural and structural elements of Cumbia and Cuban Son and Sintonía Cultural* developed at the Tecnológico de Artes Débora Arango. These projects have allowed the identification of circulation possibilities and tools to manage artistic and academic productions.

*Keywords:* researcher, creator, manager, productive chain, tools for the management of artistic and academic productions.

## Introducción

Basta con mirar adentro de las universidades y de las instituciones que promueven o se dedican a la formación en artes para darse cuenta de que allí existen múltiples ecosistemas en los que conviven la gestión cultural y artística. Al interior del Tecnológico de artes Débora Arango se ofrecen dos semilleros de investigación *El Satélite* y *Creando con el Berna*. Ambos se han dirigido, primero, a enunciar los aspectos relevantes en la cadena productiva de diversas obras artísticas en las cuales se incluyen nuevos eslabones. Y, segundo, se han dedicado a proponer herramientas para la gestión de hallazgos y resultados o productos artísticos como fruto de procesos de investigación-creación.

Dos de los desafíos actuales a los que se enfrenta el investigador artístico, a la hora de divulgar los productos derivados de sus indagaciones, son la

circulación o proyección de la obra y la aplicación de los hallazgos de orden teórico a entornos y públicos variados. Esto, si se tiene en cuenta que la generación de conocimiento y la solución de problemas son los principales objetivos de la investigación tradicional en el marco de las prácticas artísticas. Al respecto, parece ser que la responsabilidad en la solución de los desafíos mencionados recae en los gestores culturales, *managers* artísticos, productores o agencias de talentos conocidos como *bokers* artísticos. Todos estos actores, aunque fundamentales para el desarrollo de propuestas dentro de los dos caminos consolidados dispuestos a su circulación (el cultural y el comercial), se hace necesario proveer al investigador artístico de herramientas para la gestión que le permitan minimizar las tensiones derivadas, por muchos años, de la gestión cultural, la gestión artística, el emprendimiento y la academia. Este ejercicio favorece la democratización de los resultados de sus investigaciones.

Asimismo, por fortuna, desde hace algunos años se ha venido fomentando y reconociendo la importancia de la investigación en los procesos de creación artística; hecho que demanda del investigador-creador la adquisición de nuevos conocimientos y la ampliación y fortalecimiento de su perspectiva de trabajo desde la perspectiva académica, para así incluir en sus creaciones reflexiones formales que posibiliten la rigurosidad investigativa de su obra. Al respecto, el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Educación (Minciencias) menciona en su sitio de internet que:

*Los procesos de creación artística, al igual que la investigación, manejan estructuras disciplinadas y planificadas en donde la experimentación constante juega un rol importante en la consecución del producto final, el cual se caracteriza por manejar un lenguaje plástico (como la música, la escultura, la danza, el audiovisual, entre otros) que en innumerables casos, además de ser original e inédito (es decir de nuevo conocimiento), ha movido las*

*fronteras del conocimiento de estas disciplinas [...] y ha establecido una plataforma de innovación y de relacionamiento con diferentes áreas del conocimiento. (Delgado et al., 2015)*

Esta perspectiva apunta a sistematizar y generar metodologías de investigación diferentes a las tradicionales que posibiliten robustecer el estado del arte en la generación de nuevos procesos y conocimientos. Para acortar esa distancia queremos evidenciar una diferencia entre el alcance del gestor cultural y el gestor artístico, sin el ánimo de separar definitivamente sus roles, sino para conocer las rutas y los escalones que ocupa cada uno. Esto nos permite situar al investigador artístico en un amplio concepto sombrilla llamado *cultura*. Para ello, y sin profundizar en las discusiones que existen sobre el concepto de cultura y los roles del gestor, partiremos de los planteamientos de Liliana López Borbón, quien cita a la economista Amartia Sen con una de sus premisas acerca de las responsabilidades del gestor cultural: “Porque una responsabilidad que define un gestor es su capacidad de construir circuitos que no se detienen en el consumo, sino que logran el ejercicio de la libertad cultural y de los derechos culturales” (Borbón, 2022, pág. 64). Estos planteamientos se complementan con los propuestos por J.L. Mariscal (J. F. Londoño & J. D. Martínez, comunicación personal, 2 de septiembre de 2022) quien define a la acción cultural como:

*Forma de acción social racional con arreglos a fines de intervención de una situación dada, a partir de la generación y/o modificación de las condiciones necesarias para que los individuos conciban sus propios objetivos de transformación en el ámbito de la cultura.*

Todo lo anterior permite identificar unas acciones amplias por parte del gestor cultural; el cual requiere no solo herramientas para el desarrollo de su trabajo, sino también una serie de competencias formativas que van desde la administración y gestión de recursos,

relaciones públicas, diseño, ejecución y coordinación de proyectos culturales, hasta la conceptualización cultural entre otras muchas acciones. Sobre esta base surge la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las estrategias con las que cuenta el gestor artístico para poner en circulación sus productos? En este punto, se hace necesario delimitar dichas acciones y generar una serie de procesos y procedimientos asociados a la cadena productiva de las prácticas artísticas. Sin embargo, antes de enunciar las posibles herramientas que son necesarias para incluir en el ecosistema de los actores culturales y su relación con la academia al **investigador-creador-gestor** vamos a presentar los productos de los grupos *El Satélite* y *Creando con el Berna*.

## **Proyecto de Investigación-Creación: Cumbiasón, Propuesta de Creación Musical a Partir de Elementos Identitarios, Culturales y Estructurales de la Cumbia Colombiana y el Son Cubano.**

Para evidenciar las acciones que el investigador-creador-gestor debe realizar en la circulación de un proyecto de investigación-creación, presentaremos las experiencias derivadas de dos semilleros de investigación, titulados *El Satélite* (circulación-proyección) y *Creando con el Berna* (creación-divulgación), dirigidos por el maestro en artes Felipe Londoño del Tecnológico de Artes Débora Arango de Envigado, Colombia. Estos semilleros indagan por la relación intrínseca que debe existir entre la concepción y producción de la obra artística

y su circulación. Este aspecto permite agregar una nueva característica al producto asociado a la investigación-creación: la divulgación de los hallazgos. En la actualidad, el semillero *Creando con el Berna* adelanta una investigación de corte formal, la cual busca generar una fusión de dos ritmos caribeños La Cumbia Colombia y el Son Cubano. Esta investigación partió de elementos culturales e investigativos como la identidad y el patrimonio, la lingüística, la lingüística computacional, la creación y producción musical y la circulación artística, entre otros. La articulación de la investigación-creación permite poner en práctica e identificar nuevas propuestas artísticas.

Para ejemplificar y resumir el proceso de investigación-creación acorde a lo anterior, los investigadores del proyecto *Cumbiasón, propuesta*

**Figura 1**  
*Bailá Cumbia y Son*

de creación musical a partir de elementos identitarios, culturales y estructurales de la *Cumbia Colombiana* y el *Son Cubano*, analizaron más de 200 obras musicales características de ambos géneros musicales. El trabajo desde la lingüística computacional consistió en identificar los bigramas, trigramas y tetragramas más frecuentes. Posteriormente, se envió este material al maestro Gustavo Díez Henao, reconocido compositor y guitarrista, quien escribió letra y melodía de una obra musical con los datos lingüísticos y musicales hallados por los investigadores. Estos hallazgos contemplan coincidencias rítmicas, armónicas y melódicas y aspectos culturales reflejados en la información lingüística. A continuación, presentamos el guión melódico de la obra *Bailá, Cumbia y Son*:

**Bailá Cumbia y Son**  
Gustavo Díez Henao  
Bernardo Piedrahíta  
Felipe Londoño  
Santiago Correa

Guía Voz  
Proyecto de Investigación-Creación  
Cumbia y Son

6 4 4 4 Cava  
A/ con py

16  
18  
20  
22  
24  
26  
28  
30  
32  
34  
36  
38  
40  
42  
44  
46  
48  
50  
52  
54  
56  
58  
60  
62  
64  
66  
68  
70  
72  
74  
76  
78  
80  
82  
84  
86  
88  
90  
92  
94  
96  
98  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
9

Las posibilidades de articulación entre la investigación, la creación y la gestión llevan a reflexionar sobre las formas de producción de la cadena de valor, en la cual se hace necesario agregar nuevos componentes que complementen, desde la concepción de la idea, una ruta para lograr una correcta circulación, proyección y divulgación de la misma, en la que se incluyan las muestras artísticas, experiencias significativas, sostenibilidad y sustentabilidad de los proyectos.

El siguiente es un diagrama sobre la cadena de valor propuesta a partir de nuestras reflexiones e investigaciones empíricas. Los eslabones fueron identificados durante las indagaciones realizadas en el proyecto de investigación-creación *Cumbiasón, propuesta de creación musical a partir de elementos identitarios, culturales y estructurales de la Cumbia Colombiana y el Son Cubano*:

**Figura 2**

*Cadena de creación de productos musicales y artísticos*



En ese sentido, el investigador-creador-gestor debe adquirir y documentar el uso de un conjunto de herramientas que le permitan compartir los resultados de sus indagaciones a un mayor número de consumidores posible. Así, se entiende el término

*consumidor cultural* como un concepto que abarca, en gran medida, a todo individuo que accede y disfruta de las manifestaciones de su cultura. Los componentes identificados por parte del semillero de investigación *El Satélite* son las siguientes:

**Tabla 1***Componentes para la organización de una propuesta de divulgación del trabajo artístico*

# Componentes para la organización de una propuesta de divulgación del trabajo artístico.

| Nº | Ítem   | Descripción   |
|----|--|---|
| 1  | Hoja de vida artística                             | Reseña y trayectoria del proyecto de investigación creación, personal, agrupaciones y demás.<br>Reseña de los artistas e investigadores |
| 2  | Hoja de vida personal (reseña) ampliada y resumida | Reseña de los artistas e investigadores   |
| 3  | Rider técnico                                      | puesta en escena de una obra artística o la socialización de resultados o hallazgos de una investigación.                               |
| 4  | Repertorio   | (Guión de taller, Guión experiencia, Escaleta académica). Para los artistas visuales se puede generar fichas de las obras.              |
| 5  | Brochure   | (Música, Teatro, Danza, Circo, feria)   |
| 6  | Portafolio   | (Visuales, artesanías)  |
| 7  | Reel   | Audiovisuales, ingeniería de sonido.  |
| 8  | Dossier, Brief, CvLac                              | Organización de eventos – Investigación   |
| 9  | Base de datos única de integrantes                 | Información relevante sobre los integrantes de un proyecto.   |
| 10 | Carpeta de documentos legales.                     | Documentos soporte según la normatividad vigente para posibilidades de circulación.   |

| N° | Ítem   | Descripción   |
|----|--|---|
| 11 | Formato de cotización.                           | Documento soporte de comercialización.  |
| 12 | Formato de contrato.                             | Documento para proteger la propiedad intelectual y los derechos por las creaciones o presentaciones artísticas.   |
| 13 | Formato de cuenta de cobro.                      | Documento soporte de comercialización.  |
| 14 | EPK  | Kit de prensa electrónico.  |
| 15 | Imágenes artísticas                              | Imágenes artísticas que permitan la difusión de los proyectos   |
| 16 | Identidad de marca                               | Definición visual de la propuesta.  |
| 17 | Plan de marketing                                | Redes sociales (digital)<br>Sistemas de comunicación tradicionales  |
| 18 | Producción audiovisual                           | Según la expresión artística (audios si es una banda de música) si es una obra de teatro (producción de la obra)  |
| 19 | Plan de negocio                                  | Estrategias de comercialización y herramientas administrativas.   |
| 20 | Formulación de proyectos artísticos y culturales | Una de las estrategias más relevantes para la consecución de recursos con empresa privada y sector público  |
| 21 | Bases de datos                                   | Allí se consignan entidades, revistas, fuentes de financiación, medios de difusión y demás actores para la consolidación de los proyectos.                                |
| 22 | Plan estratégico                                 | En este documento se proyectan las acciones y objetivos para ser ejecutado en determinados periodos de tiempo, normalmente se consignan en planes, programas y proyectos. |

## Conclusiones

En conclusión, a medida que se hace más relevante la **investigación-creación** en los contextos académicos, se crea la necesidad de dotar a los investigadores, creadores y artistas con métodos, estrategias y herramientas que permitan compartir sus hallazgos y resultados de investigaciones, no solo a la comunidad académica o artística, sino también al mayor número de personas de diferentes esferas sociales. Este ejercicio permite la generación de nuevo conocimiento asociado a las prácticas artísticas, la difusión de productos artísticos y la resolución de problemáticas propias de la gestión artística y cultural.

Finalmente, otra reflexión que queda abierta, entorno al investigador-creador propuesto, es la revisión por parte de los programas académicos que

ofrecen carreras de formación en arte, en cuanto a la inclusión en sus planes de estudio y asignaturas que posibiliten herramientas para la planeación, ejecución y circulación efectiva de los productos artísticos y académicos resultantes de los proyectos de investigación-creación.

## Referencias

- Borbón, L. B. (2021). Gestión Cultural y Arquitectura de la Participación en Tiempos de Crisis. *Revista académica Estesis*, 10(1), 62-69. <https://doi.org/10.37127/25393995.110>
- Delgado, T. C., Beltrán, E. M., Ballesteros, M., & Salcedo, J. P. (2015). La investigación-creación como escenario de convergencia entre modos de generación de conocimiento. *Iconofacto*. 11(17), 10-28. Medellín. Universidad Pontificia Bolivariana.

Fotografías  
Título: **Deportación**



Título: **Pena Ajena**



Foto  
grafía: **Manuel  
Zúñiga**

# Los Habitantes del Hospital Abandonado

David Martínez Acevedo<sup>21</sup>

María llevaba varios meses dedicada a su trabajo de grado para titularse como antropóloga. Investigaba el caso de los trabajadores del Hospital San Juan de Dios que decidieron habitar el lugar luego de su clausura en el año 2001. Según me había comentado, el sistema de salud pública se vio fuertemente afectado por las políticas neoliberales que dieron lugar al modelo de Entidades Promotoras de Salud. Dado que la estructura de este sistema se organizaba hacia la privatización del servicio de salud, el San Juan al ser público perdería completamente la financiación del Estado. Con la implementación de esta medida, muchos empleados del hospital quedaron abandonados a su suerte, pues se les despidió sin derecho a liquidación y sin derecho a pensionarse. Frente a las demandas de los trabajadores, el Gobierno emprendió una campaña de criminalización del Sindicato de trabajadores del Sector Salud en Colombia. Como parte de su reacción jurídica y política, los empleados más comprometidos con el Sindicato decidieron convertirse en habitantes del hospital, al menos, hasta que sean reconocidos sus derechos como empleados antes y *después* de adoptar el lugar como su vivienda. María simpatizaba con los trabajadores, pero por las exigencias de la Academia se forzaba a

adoptar una actitud tan neutral como sus principios morales le permitieran.

Solía visitar el San Juan dos veces por semana para entrevistar a Susana, Victoria y Marcela, dos mujeres encargadas de los servicios generales y una enfermera. En ellas había encontrado testimonios idóneos para la perspectiva que quería inducir en su trabajo de campo. Susana era sin duda la más colaboradora y, tal vez por ello, a la que María más estimaba. Se trataba de una mujer mayor, de unos 65 años, aunque en su rostro brillaba cierta apariencia de juventud que, en lugar de reflejar el semblante de una mujer que ha envejecido, daba el aspecto de una mujer más o menos joven con un exceso de preocupaciones. Siempre recibía a María con entusiasmo y amabilidad, acostumbraba prepararle chocolate y servírselo con pan y queso al calor de una amena conversación. Con frecuencia sus charlas se daban a la luz de las velas, pues el suministro de energía eléctrica era intermitente y dependía de las visitas de estudiantes y docentes de la Universidad Nacional al anfiteatro del hospital. Charlaban con soltura debido a la confianza que se había ganado María con su trato e interés; por ello Susana no escatimaba detalles demasiado personales en sus historias. Entre una que otra trivialidad de su vida surgían datos de gran pertinencia acerca

21 Filósofo y Maestrando del programa de Filosofía de la Universidad Nacional de Colombia. Investigador en el Grupo AURO-RA (Grupo de Estudios en Friedrich Nietzsche), asociado al Grupo Peiras de la Universidad Nacional de Colombia. Docente de Filosofía y escritor ocasional de relatos de ciencia ficción y terror.

de la situación de los residentes del hospital y su confrontación con el Gobierno antes y después del cierre oficial del lugar. Así mismo, María le compartía la información de sus investigaciones en la Biblioteca Nacional y la Biblioteca Luis Ángel Arango. Desde luego, la información de índole jurídica solía ser la más valiosa para las señoras del hospital, pues aportaba herramientas útiles para su acción de tutela; aunque los funcionarios del Gobierno que atendían el caso siempre se valían de alguna ley para mantenerlo suspendido.

Semanas atrás María me había pedido ayuda con el registro fotográfico para su investigación, pero le preocupaba que Susana no se sintiera cómoda con mi presencia. Al ser un completo desconocido, podría poner nerviosos a los habitantes del hospital. En una ocasión María mencionó que, ante la presencia de algunos visitantes, los residentes preferían ocultarse por completo, como si el lugar estuviera realmente abandonado. Era constante la presencia hostil de reporteros sensacionalistas que pretendían vender el caso a los medios de comunicación como un espectáculo sobre un grupo de “okupas” sin otra intención que percibir prebendas del Estado. Pero gracias a los incontables rincones del hospital y a que las pertenencias de los habitantes eran escasas, rastrearlos era algunas veces una tarea sin resultados. Realmente era como si ellos desaparecieran del lugar. En varias ocasiones María me había advertido de la fría sensación de desolación que provocaba la lúgubre atmósfera de los edificios que visitaríamos. Muchas veces, cuando expresaba esos comentarios, yo le preguntaba por posibles fenómenos paranormales dentro de esas instalaciones; ella, muy emocionada, me contaba de los distintos avistamientos de fantasmas que al parecer ocurrían allí. Como era de esperarse, el día que le acompañé al sitio conversamos al respecto. Recuerdo que llevaba su cabello castaño a medio agarrar y bebía café de su

termo cuando me vio llegar. Nos habíamos citado un par de manzanas cerca del San Juan.

—*Holi*—dijo con una sonrisita pícaro y serena.

—Hola, ¿llevas mucho esperando?—pregunté un tanto preocupado.

—No, para nada. ¿Esperas tomar muchas fotos?

—Claro que sí, espero captar un fantasma—me sonrojé por lo ridículo que sonó eso—, aunque me daría mucho miedo.

—Pues en ese sitio es muy probable que ocurra—sonrió mientras observaba a unos jóvenes pintando un mural.

—¿En serio es tan probable? ¿No será sugestión y ya?

—Ja, ja. Allá han ocurrido varias cosas raras. La primera vez que fui escuchamos que movían unas camillas en el edificio de psiquiatría, yo le pregunté a Susana si había alguien ahí y ella muy tranquilamente me dijo que se trataba de un fantasma y que era mejor que ignorara esas cosas porque podía atraerlas y se me podría aparecer uno.

—¡Qué buen recibimiento!—señalé con evidente ironía.

—Cuando eso ocurrió me contó de un vídeo que anda circulando por internet. Supuestamente grabaron a un fantasma caminando por un corredor. Yo vi el vídeo, pero no noté nada, salvo una mancha blanca en movimiento.

—Un simple efecto de la luz.

—Pensé lo mismo, pero no le dije nada. También me contó de un funcionario público que fue a charlar con ellos para advertirles que pronto los desalojarían. El tipo muy renuente y desdeñoso los trató muy mal y les dijo que “si no querían

que les echaran a la *tomba*, mejor empacaran su chiritos y se largaran”. Pero a pesar del trato, Susana y los sindicalistas que estaban con ella fueron muy amables, al menos eso dice ella. Para ellos tratar con brusquedad a esos funcionarios puede significar que a todos los desaparezcan.

—¡Tenaz!

—El tipo luego de insultarlos y amenazarlos fue a mirar la ambulancia que está en el parqueadero, al parecer quería ver si se podía hacer algo útil con ella, pero el celador se le rio, porque eso lleva años ahí pudriéndose. De todos modos, el tipo le echó un vistazo a toda la ambulancia. Le miró las llantas, trató de abrir la puerta de atrás, pero estaba trabada, entonces intentó abrir las puertas delanteras para ver si desde adentro podía abrir atrás; pero esas puertas estaban peor por el óxido. Dice Susana que el funcionario metió la cabeza por la ventana del conductor y se puso a gritar imitando una ambulancia y riendo en su alboroto, todo tonto. En seguida sacó la cabeza de un golpe y cayó de espaldas.

”—¡Dios mío, Dios mío! —decía con la cara pálida y los ojos casi desorbitados.

”—¿Qué me le pasó, patroncito? —le preguntó el celador riéndose.

”—Hay una vieja ahí metida, una vieja horrible en bata. No, hermano... —le dijo con la mirada perdida y dizque temblaba un montón.

” Como era de esperarse, el celador se asomó para mirar dentro de la ambulancia.

—¡Uy! ¿Y qué pasó?

—Nada, no había nada. Susana luego se le acercó y le dijo que se lo merecía, porque a los fantasmas del hospital no les gusta que molesten a la gente que vive allá. El viejo salió de allá muy

deprisa y después de eso solo iba a la oficina que está cerca de la entrada trasera, pero dicen que al hospital no volvió a entrar. Yo lo vi una vez, porque en esa oficina hay una foto de José Joaquín Vargas Escobar, el señor que donó los terrenos para construir el San Juan, me interesaba documentarla.

—Yo no vuelvo... Yo de tu amiga me voy a vivir a otro lado.

—¿Qué miedoso! Ella también me contó del edificio abandonado que está ubicado al lado de la cancha de fútbol. Ahí creo que quedaban unas duchas. Ahorita el edificio tiene unas cintas de “no pase”, porque se está cayendo a tal punto que en algunos salones no hay piso y se ve un sótano o algo parecido. Susana me dijo que un vigilante estaba haciendo una ronda en la noche y para no tener que rodear el edificio, decidió atravesarlo; se demoraba menos. A medio camino vio a alguien metiéndose en uno de los cuartos de las duchas, así que decidió seguirlo.

—¿Un fantasma? ¿Por qué uno se iría detrás de un fantasma? Yo salgo a correr.

—Pues a veces se meten habitantes de calle, drogadictos o personas que quieren un refugio durante la noche. Debido al tamaño del lugar no hay suficientes celadores para evitarlo. Ten en cuenta que el Gobierno no le va a pagar a mucha gente para cuidar un lugar abandonado.

—Ya veo.

—Pensaría que era un *drogo* o algo así. Susana dice que el celador le apuntó con la linterna al tipo raro y le ordenó que se detuviera, pero no hizo caso hasta que el celador lo gritó. En ese momento el otro hombre se quedó quieto mirándolo desde la entrada de una de las duchas, la única que aún conservaba su tina intacta. El celador vio que el

tipo cargaba algo grande envuelto en una cobija, luego se metió en la bañera hasta recostarse por completo. Creyendo que lo tenía acorralado, el celador avisó a uno de sus compañeros con el radiotransmisor; pero al echar un vistazo en la bañera: no había nadie, solo había una cobija tirada ahí dentro. Marcela dice que ésas eran las cobijas que usaban para envolver a los bebés recién nacidos.

—¿El celador siguió trabajando allá?

—Sí. Todos los que he entrevistado allá me dicen que terminan por acostumbrarse a esas cosas. Victoria, la más supersticiosa de todos, me dijo “sí uno no se mete con los fantasmas, ellos a uno no le hacen nada malo”.

Cerca de la entrada me advirtió lo susceptibles que son las personas que viven allí a algunos comentarios, así que lo mejor era ser muy cauteloso con lo que dijera. Si ellos veían que uno no estaba de acuerdo con su protesta iban a sentirse ofendidos, de manera que yo prometí comportarme bajo sus términos. Divagamos un rato, nos besamos, hicimos comentarios sobre la Hortúa, el barrio donde estaba ubicado el San Juan, y nos alistamos para entrar.

—¿A dónde se dirigen? —preguntó un celador con el tosco acento típico de los policías.

—Vamos a ver a Susana —respondió María con aspereza.

Sin decir nada más el sujeto nos abrió una pequeña reja negra y acompañó nuestro ingreso con una mirada seria e intimidante. Durante el recorrido María me mostró uno a uno los edificios del hospital, los parqueaderos y la ambulancia.

—¿Quieres verla por dentro? —me preguntó con emoción.

—¿Y que se me aparezca algo? ¡No, gracias!

Se rio y siguió indicando lugares con sus respectivos nombres y anécdotas recogidas durante los meses de su investigación. Comentó algunas cosas sobre los problemas que había traído la famosa Ley 100 al sistema de salud colombiana y cómo había afectado, además de la ciudadanía, a médicos y estudiantes que trabajaban o hacían sus prácticas allí. Nos metimos por unos recovecos estrechos para ingresar en los pocos edificios que no estaban bloqueados. Salvo esos y un par donde vivían los ocupantes, todos los edificios estaban bajo llave. Pasado un largo rato atravesamos el edificio donde el celador vio al hombre de la cobija. Y pese a haber escuchado el relato de María, yo no tenía miedo de ver un fantasma, sino de ser aplastado por un pedazo de techo, ya que el edificio estaba en muy mal estado. Finalmente llegamos a un pequeño sector rodeado de pasto, yo me detuve para fotografiar un antiguo teléfono público de moneda. María en la distancia me invitó a acercarme para presentarme a su amiga, me precipité y traté de poner una cara amistosa.

—Te presento a Susana —señaló cortésmente a una mujer de corta estatura y contextura delgada, vestida con ropa muy gastada, una falda y un suéter. La mujer estaba en una puerta que tenía encima suyo un letrero deteriorado del que se podía leer “Cuidados intensivos”.

—Mucho gusto. Eduardo.

—Susana —su voz era suave y tenía un acento boyacense casi imperceptible. Me dio la mano y nos invitó a entrar.

Al cabo de un rato nos encontrábamos sentados en dos pequeñas sillas de madera dentro de la cocina del lugar. La mujer encendió entre quejidos y gimoteos una estufa de gasolina, luego con un cuenco sacó

agua de un balde hasta llenar una olleta abollada sobre la estufa. Ella notó que yo había seguido con interés todo el proceso y me explicó que en ningún edificio había agua, debían extraerla de un pequeño lugar que los celadores utilizaban para ir al baño. El sitio quedaba a unos veinte metros de donde estábamos conversando, por lo que la mujer señaló las molestias de vivir de esa manera. Una vez mencionó las dificultades de su situación, María encendió frente a nuestros ojos su grabadora de bolsillo; en otro momento había mencionado que Susana le había permitido grabar cuanto quisiera sin preguntar.

—A nosotros nos toca bien fregado acá, como yo le dije a su novia una vez, los policías nos tratan muy mal. Eso hasta nos han intentado pegar. Yo, por ejemplo, tengo quince años de experiencia en el hospital, pero no puedo ponerlos en la hoja de vida porque me señalan de guerrillera o algo peor. *Usté* sabe que en este país quejarse es lo mismo que ser criminal; supuestamente por haber trabajado acá, y más por vivir acá, tenemos fama de lo peor. El Gobierno se hace siempre el loco con nosotros, no nos han pagado los últimos meses que trabajamos acá, no nos pagaron liquidación. Cuando nos empezamos a quejar, dijeron que éramos unos criminales, y lo peor, los años de trabajo acá no nos cuentan para pensionarnos. Eso yo a mi edad, imagínese, no puedo poner mis añitos de experiencia laboral, como si me la hubiera pasado durmiendo más de quince años. Tampoco puedo pensionarme, porque nadie me reconoce el trabajo que hice todo ese tiempo. Como no pagaron, ni nada, pues nos quedamos acá viviendo, porque sin trabajo, ni ofertas, uno no tiene pa' pagar una casita o algo así. Además, si nos vamos de acá, el Gobierno puede pensar que abandonamos la lucha, y así menos van a querer pagarnos lo que nos deben. Y, mijito, lo peor de lo peor: no tenemos salud, no tenemos nada —sus ojos se desvanecieron

en sus pensamientos y hubo un silencio corto pero intenso.

La mujer arrojó dos trozos de panela a la olleta y agregó tres cucharadas de café a la infusión, examinó el contenido de la olleta y lo sirvió en tres pocillos plásticos cuando hubo hervido.

—Hace poco hubo un foro sobre ustedes, estuvo el alcalde y debatieron las opciones que ustedes tenían, *¿sumercé* no estuvo? —Preguntó María antes de soplar con suavidad su pocillo.

—No, mijita, no pude ir, pero me contaron que estuvo bueno. Victoria y Marcelita sí estuvieron por allá; me contaron que hubo un alboroto y, como cosa rara, no hubo acuerdos de nada. Cada vez estamos más mal con ese tema. Pachito, el que vive en “Ortopedia”, se aburrió y se fue a trabajar en otro lado; hizo por ahí un cursito de celador, como no le pidieron experiencia, entonces se quedó trabajando en eso. *¿Se acuerda de él?*

—Ni idea. No conozco a nadie con ese nombre.

—Mijita, él fue a uno de los que torturaron, *de los que sobrevivieron*. —Me miró para incluirme en su charla— acá varias veces nos echaron la policía, una de tantas se metieron unos policías de noche y torturaron a unas personas, a otros, por ahí me contaron, los desaparecieron, yo no me acuerdo de esa vez porque todo fue muy silencioso, pero yo estaba aquí cuando eso pasó. En otra emboscada, Elías, el que era asistente de odontología, él perdió un ojo porque unos policías metieron metralla en esas pistolas de los gases. Eso al levantar la mirada para ver caer el gas se le estancó algo en el ojo; en la clínica donde lo atendieron le dijeron que era una canica.

—Increíble cómo esa gente viola, incluso, los derechos humanos sin sentir el menor remordimiento —dije con una mueca de pesar, no obstante, mi

comentario encendió los ojos de Susana y de repente se me ocurrió que había dicho algo inadecuado.

—Nosotros pa' esa gente no tenemos derechos de ninguna clase —sus ojos se encendieron aún más y agregó con una voz apagada y fría, lo cual me provocó un escalofrío—, nosotros no somos personas pa' esa gente, somos mero estorbo; no solo el Gobierno nos viola los derechos como trabajadores, también como personas. Nos roban, nos pegan, nos matan; para el Gobierno y para el Estado no existimos. ¡Nosotros somos fantasmas!, de los mismos que la gente ve po' acá. A nadie le importamos, bueno, a gente como ustedes, que al menos saben que existimos. —Dio un profundo sorbo de su café y agregó— como los fantasmas se aferran a los lugares donde se aparecen, a nosotros nos toca igual, tenemos el corazón unido a este hospital.

Charlamos un rato más sobre los vejámenes que experimentaban día a día y de la importancia de luchar ante las injusticias. Hablamos hasta que cayó la noche, lo cual me distrajo, pues me quedé viendo a través de la ventana de la cocina. Quería entender lo que se presentaba al otro lado, pero la oscuridad era absoluta.

—¿Qué pasa, mijito? ¿Tienen que irse pronto? — Debí perderme demasiado en la ventana para que Susana me interrogara.

—No, señora —me incorporé avergonzado—, pensaba cómo saldremos más tarde porque está muy oscuro, como no conozco el sitio, no sabría orientarme.

—¿Te da miedo que se te aparezca un fantasma? —agregó María con una risita sardónica; la miré incómodo sin responder.

—¿Le dan mucho miedo los fantasmas, mijito? —preguntó Susana con gran interés. Historias de fantasmas acá abundan, pero mejor no hablemos

de eso, porque luego terminamos llamando su presencia. Y no se preocupe, mijito, yo los acompaño con la linterna hasta la esquina donde empieza el parqueadero, ahí ustedes se pueden orientar con las luces de la calle.

—Le conté algunas de sus historias a Eduardo cuando veníamos. Como todo el que viene por primera vez, le da miedo encontrarse un fantasma —comentó María sin dejarme hablar.

Estuvimos unos treinta minutos después de eso y Susana nos acompañó hasta el punto que prometió, luego nos abandonó y nos despedimos prometiendo volver. Durante varias semanas frecuentamos el hospital para tomar fotografías, pero infortunadamente no volvimos a encontrar Susana; un par de veces vimos a Marcela, la enfermera, pero únicamente se detenía a saludar. En nuestra última visita fuimos a la morgue del hospital, y aunque propuse ingresar a hurtadillas y tomar algunas fotos, María con mucha seriedad me previno.

—No, amor, con los muertos no nos metamos. En serio. Susana me contó una anécdota feísima...

—Cuéntame.

—Vale. —nos desplazamos hacia las canchas de fútbol que estaban al fondo del hospital. Había un grupo grande de personas presenciando un partido de fútbol, nos sentamos relativamente cerca de esas personas y ella comenzó su relato—. Un día Susana llegó de trabajar, entonces estaba aseando la casa de un señor en el norte de la ciudad, por lo que llegaba muy tarde a descansar. Cuando atravesó el parqueadero de la entrada, revisó su bolso para sacar la linterna e iluminar el sendero camino a casa, pero vio que la luz de la morgue estaba encendida, por lo que creyó innecesario encender su linterna. Ella llegó a su casa y tuvo tiempo suficiente para comer, asearse y leer un rato; pero pasó mucho tiempo y

la luz de la morgue seguía encendida. Se le ocurrió que los estudiantes de la Nacional en un descuido se habían ido sin apagarla luego de sus prácticas. Se abrigó y salió de la casa, avanzó unos cuatro metros y se percató de que no llevaba su linterna, lo que la obligó a regresar. Retomó el viaje hacia la morgue y sintió que algo la observaba. Ella dice que se detuvo un rato para mirar a su alrededor, pero no vio nada. Siguió caminando hacia la morgue y de repente sintió un frío horrible que le cayó de la cabeza a los pies. Ella no recuerda nada más de esa noche.

—¿La asustaron y ya?

—Eso parece. Ella cuenta que cuando se despertó estaba todavía vestida y tenía un rosario amarrado a la mano. Cómo sería el susto que había dejado el comedor y unas sillas trancando la puerta.

—Pero ¿qué había en la morgue?

—Según ella, había un encuentro de muertos. Susana piensa que los muertos la asustaron para que no los viera en su encuentro, la asustaron para protegerla. Ella ya tenía conocimiento de las reuniones de los muertos en la morgue, porque otros le habían contado y porque a veces se escuchan cosas raras en la morgue los domingos a la media noche, lo cual es muy raro porque los estudiantes no van los fines de semana.

—¿Por qué escogerían la morgue...? ¿Sabes algo de eso?

—No mucho, pero Marcela llegó a comentarme de los lazos que atan a los fantasmas con ciertos lugares. Por ejemplo: su atadura con los lugares donde murieron, con los lugares que habitaron la mayor parte de su vida o con los sitios donde permanece el cuerpo después de morir. Por lo visto se trata de apegos emocionales y, como cree ella, cuando un fantasma se conecta emocionalmente con un lugar y los objetos que lo adornan, difícilmente

pueden separarse. Sin embargo, en algunos casos, los vínculos pueden romperse y los fantasmas desaparecen. Puede ser quemando los objetos de mayor apego o extrayéndolos definitivamente del lugar, lo suficientemente lejos como para que el fantasma, queriendo recuperarlos, se aleje bastante del lugar y pierda así la conexión. Ésa es la razón por la que asustan a las personas, porque así pueden mantener sus vínculos protegidos. Aunque Marcela hablaba de algunos fantasmas que no saben qué los ata al lugar, por eso merodean manipulando objetos, como el fantasma del edificio que se está cayendo. Por su parte, Susana y Victoria creían que muchos fantasmas se apegaban tanto a sus lugares que se comportaban como si estuvieran vivos. Victoria me decía que yo pude haber saludado algún fantasma creyendo que era un visitante del San Juan sin darme cuenta, —hizo una breve pausa pensando en tal cosa y agregó— bueno, a mí eso me dio algo de risa y un poquito de miedo.

Me quedé pensando en silencio lo que ella relató y sentí un vago temor que se extinguió con el ruido de las tribunas que celebraban un gol. Deambulamos otro rato y llegamos a una capilla abandonada, allí había una virgen de aspecto sombrío que fue modelo de un amplio material fotográfico. Se me ocurrió sugerir entrar a la capilla, pero no quería otra advertencia y mucho menos otra historia de miedo, al menos no estando adentro del hospital.

Transcurrieron dos semanas más y María no supo nada de sus amigas, hasta que vio en internet una noticia que decía que los trabajadores del San Juan serían desalojados, porque la Alcaldía tenía la intención de renovar y darle un nuevo uso a las instalaciones. Esto alarmó a María bastante. Me llamó pidiendo que la acompañara el día del desalojo para apoyar a los trabajadores. Hicimos un par de pancartas alusivas y fuimos a presenciar

el problema. Había un cordón enorme de policías y antimotines al rededor del hospital; y aunque había varios funcionarios públicos, ninguno era reconocido. Se veían dispersos pocos periodistas, pero ninguno estaba grabando lo ocurrido. María quiso entrar, pero la policía lo impidió. Gracias al lente de mi cámara pude observar adentro del lugar.

—Ahí veo a Marcela, a dos hombres y creo que... también está Susana.

—¡Déjame ver! —observó varias zonas del hospital al alcance del objetivo de la cámara—. Los están amenazando con unas armas. Están gritando alterados, pero no veo bien.

Los medios de comunicación empezaron a grabar. Los medios más famosos tenían un discursos sensacionalista y ofensivo; justificaban el desalojo y hacían énfasis en la criminalidad de una persona al ocupar un lugar público, desconociendo las demandas de los trabajadores. Los medios independientes ponían en contexto a los televidentes sobre la situación y planteaban interrogantes abiertos sobre el futuro de los trabajadores. Los policías que estaban afuera preparaban sus armas no letales esperando la orden para atacar; los que estaban adentro habían amedrentado a los residentes. Muchos de ellos, riendo con malicia, salían con ropa y pertenencias preciadas de los trabajadores para encenderles fuego en la calle al frente del hospital. En medio del alboroto pude ver en el parqueadero del San Juan más o menos veinte trabajadores, algunos con sus familias, siendo empujados, gritando y llorando. Detrás de ellos había un gran número de policías impidiendo que regresaran.

—¡El hospital es nuestra vida, no nos echen, no nos hagan esto! —gritó uno.

—¡No violen nuestros derechos, no nos pueden hacer esto! —gritaba Marcela.

María empezó a gritar para que los dejaran en paz y se desesperó cuando vio a Susana al otro extremo de la calle. Ambas se miraron y Susana le dedicó una mirada de resignación, como quien se despide para emprender un largo viaje. Lo último que hizo antes de salir fue sonreírle y decirle “gracias”, exagerando su gesticulación para que se le entendiera a la distancia. María dejó caer dos gruesas lágrimas y enmudeció. La pancarta que sostenía se le deslizó hasta caer. Sentí pena por ambas.

Uno de los porteros abrió la entrada vehicular del San Juan para dar paso al desalojo. Fue increíble lo que sucedió: los medios grabando, los policías dispuestos a golpear personas y los trabajadores gritando desesperados. Era una situación tensa y espantosa, simplemente una injusticia al separar a un grupo de personas del único lugar al que pertenecían realmente. Cámaras y ojos registraron lo insólito, el desenlace más inesperado. En el momento que los trabajadores fueron completamente desalojados, viendo sus pertenencias en llamas, un par de policías cerraron la gran reja del parqueadero; otros, se veía al fondo, destruían lo que veían a su paso. En ese mismo instante el portero aseguró el candado de la reja, rompiendo con ello el último vínculo que simbolizaba la conexión de los trabajadores con el hospital.

Un silencio extenso y profundo azotó el lugar. Las risas de los policías se apagaron. Algunas personas se desplomaron, otras quedaron petrificadas. Sentí la mano de María bañada en un sudor helado apretando la mía, mientras un escalofrío me robó el aire. Con un pesado silencio, policías, prensa, celadores, transeúntes y nosotros mismos vimos evaporarse como neblina a todos los trabajadores desalojados del Hospital San Juan de Dios.



Foto  
grafía: **Aumary  
Martínez**

# La Reflexión Especular y el Espejo Mágico

Amaury Martínez Delgado (Guayaquil, 1971)

Si pensamos cómo Guayaquil se mira y quiere que se le mire (desde fuera y desde el interior del país), es inevitable encontrarse con el imaginario visual de la regeneración urbana.

Las nuevas postales giran en torno a los espacios regenerados— espejismos de un ideal de metrópoli— de una ciudad global. Una ciudad que gira su mágico espejo para enmarcar “lo mostrable” o aquello que es fácil de maquillar, como si se tratara de filtros de Instagram: la postal visibiliza y esconde.

Desde mediados de los noventa los guayaquileños nos convertimos en turistas de nuestra ciudad. Ya no vamos al Malecón Simón Bolívar a contemplar el río, vamos al Malecón 2000. El antiguo Mercado Sur es el “Palacio de Cristal” (versión ecuatoriana). Tuvimos el árbol de navidad “más grande del mundo”; ahora el Puerto Santana, la Metrovía, la Aerovía, hermosos edificios, azules cielos y un río

que cambia de color en los libros auspiciados por la administración municipal (verde, violeta y nunca su verdadero color, un gris marrón).

La serie insiste en retratar los espacios “regenerados”, idealizados y preferidos para las “postales”. En ellos que aparece un transeúnte sosteniendo la pieza encontrada de un espejo quebrado: una superficie especular que, con la colaboración del fotógrafo, le permite “incluir y excluir” a su antojo, provocando re-lecturas de estos sectores y situaciones de la ciudad. Una pequeña y quebrantada imagen de cómo cada uno ve, imagina y siente la ciudad. Por la forma como se sostiene y por su resultado (imágenes invertidas), el espejo también nos evoca el gesto cuando tomamos *selfies* con los teléfonos celulares. En otros casos este espejo nos invita a “mirarnos bien” o a descubrir cómo en el “efecto espejo” detestamos algo de nosotros como ciudadanos.



# SECCIÓN CAMINOS



Foto  
grafía: **Juli  
Santony**

# De la Casa a la Ciudad: un Estudio Desde la Fenomenología de Bachelard

Lina Zuleika Franco Sierra<sup>22</sup>, Mauricio Hernández Castro<sup>23</sup> y Francy Michel Arévalo Moreno<sup>24</sup>

## Resumen

Este artículo busca comprender la ciudad como fenómeno a partir de la identidad del ser. Por lo tanto, se propone como hipótesis que la ciudad existe a medida que el humano la conoce en sus calles, edificios, parques y demás. Para esto, se toma como referencia la fenomenología de Bachelard, quien ahonda de manera ardua la relación casa-humano. Sin embargo, elude el concepto de ciudad desde una interpretación meramente toponalítica y fenomenológica. En el presente estudio se pretende describir el concepto de ciudad a partir de conceptos utilizados previamente por Bachelard, tales como sueño, ensueño, casa, toponálisis, entre otros. Se procede de la siguiente manera: a) Introducción: se definen los conceptos fundamentales para desarrollo y entendimiento de este artículo, luego se expone el pensamiento de Bachelard con el apoyo de otros autores para tratar diversos puntos de vista referentes al espacio público y la ciudad. b) Discusión: se comprende la ciudad desligando la dependencia de otras áreas que no se dirijan al fenómeno, y así conducir a objetos esenciales para la ciudad, como son las calles, los servicios públicos, las casas y las

zonas verdes, desde un ámbito fenomenológico. c) Conclusión: se concede lo fundamental que es el fenómeno de ciudad, y todo lo que abarca ella, por lo tanto, es el ser humano, factor primordial para que ésta exista.

*Palabras clave:* sueño, ensueño, casa, toponálisis, fenomenología, ciudad.

## Abstract

This article seeks to understand the city as a phenomenon from the identity of being. Therefore, it is proposed as a hypothesis that the city exists as the human knows it in its streets, buildings, parks and others. For this, Bachelard's phenomenology is taken as a reference, who arduously delves into the house-human relationship. However, he eludes the concept of the city from a merely toponalytic and phenomenological interpretation. In the present study it is intended to describe the concept of city from concepts previously used by Bachelard, such as dream, reverie, house, toponalysis, inter alia. The procedure is as follows: a) Introduction: the fundamental concepts for the development and

22 Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, D.C., Colombia. Contacto: [lina.franco01@usa.edu.co](mailto:lina.franco01@usa.edu.co)

23 Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, D.C., Colombia. Contacto: [mauricio.hernandez03@usa.edu.co](mailto:mauricio.hernandez03@usa.edu.co)

24 Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, D.C., Colombia. Contacto: [francy.arevalo01@usa.edu.co](mailto:francy.arevalo01@usa.edu.co)

understanding of this article are defined, then Bachelard's thought is exposed with the support of other authors to address different points of view regarding public space and the city. b) Discussion: the city is understood by separating the dependency of other areas that are not addressed to the phenomenon, and thus lead to essential objects for the city, such as the streets, public services, houses and green areas, from an area phenomenological. c) Conclusion: the phenomenon of the city is recognized as fundamental, and everything that it encompasses, therefore, is the human being, the primordial factor for it to exist.

*Keywords:* dream, daydream, house, topoanalysis, phenomenology, city.

## Introducción

Bachelard (1957) resalta que la casa es nuestro rincón en el mundo, nuestro primer cosmos, un espacio en el cual concebimos un orden y una existencia. En él permanecemos antes de “ser lanzados al mundo”: la casa nos brinda protección y resguardo constantemente. Sin este espacio el hombre sería un ser disperso, pues no hallaría un sentido de pertenencia en el mundo. De esta concepción de la casa como espacio de protección, hablando de manera metafórica, podemos decir que brinda protección al humano de las tormentas de la vida. Es allí donde vamos cuando hemos tenido un mal día, buscamos la protección en el regazo de la casa. Y, de forma literal, la casa protege al hombre de las tormentas del cielo, de climas adversos como el sol, la lluvia o la nieve. En el ambiente de la casa, además, se estimula la ensoñación que nos permite evocar sueños, pensamientos e imaginaciones que se relacionan tanto con lo inmemorial como con recuerdos cargados de una profundidad insospechada y misteriosa. Y todos ellos, a su vez, encuentran en la casa un lugar de refugio y protección.

Sin embargo, la ensoñación puede afectar los recuerdos de espacios específicos como el sótano, el ático o la guardilla; por ejemplo, los recuerdos de la niñez de estos espacios suelen verse especialmente muy afectados. Debido a esta afectación del recuerdo por la ensoñación, se considera pertinente involucrar ambos conceptos a la hora de entender la casa y las imágenes creadas a partir de ella. El carácter de esta relación es íntimo, puesto que el recuerdo es siempre propio, ya que nadie más lo puede realmente percibir como quien lo despierta. Bachelard (1975) al respecto resalta que el “calendario de nuestra vida” se establece solo en la imaginación, y ésta solo se forma si existe un espacio determinado. Con base en lo anterior, se pretende sustentar que en su labor el topoanalista es idóneo para el análisis de esas imágenes cristalizadas en el espacio.

El asunto de la intimidad del recuerdo da cabida a las observaciones del psicoanálisis; no obstante, se debe aclarar que Bachelard no es freudiano, de manera que no propone una visión psicoanalítica. Si bien aborda temas acuñados por Freud como el inconsciente, las pulsiones sexuales y la sublimación, lo hace desde una vertiente más orientada hacia la epistemología. Mientras que el psicoanálisis busca descubrir los intereses afectivos básicos del sujeto de conocimiento (Reneé y Batán, 2007), en *La poética del espacio* el autor toca el tema del inconsciente en numerosas ocasiones para referirse a aquello que está ahí, pero se mantiene oculto. Por ejemplo, hablando de la casa como metáfora, nos da a entender que es en el sótano donde se aloja el inconsciente, pues, en su analogía, el sótano es uno de los espacios en los que nuestros recuerdos encuentran refugio, siendo entonces el “ser oscuro de la casa, el ser que participa de los poderes subterráneos” (Bachelard, 1957, pág. 38). Con esto Bachelard busca retratar el sótano como un lugar escondido e íntimo, poco accesible para quien

no habita en esa casa, asimismo, el inconsciente es una parte que rara vez se muestra ante el intruso.

El valor de la casa cambia también constantemente en relación con el exterior. Por ejemplo, el invierno es una estación en la cual la memoria se devuelve más fácilmente al pasado, los recuerdos se hallan más a flor de piel. Otro caso es la tormenta, la cual da dos valores opuestos a la casa, uno es el de *extrañar el estar afuera* y sentir la casa como una prisión, y el otro es el de agradecimiento por la protección dada por ese espacio. Por la cual se entiende que: “[la casa] es el revestimiento de armadura y también se extiende hasta lo infinito. Huelga decir que vivimos en ella la seguridad y la aventura a la vez. Es celda y es mundo” (Bachelard, 1957, p. 62).

En la actualidad se encuentran diversos ensayos e investigaciones que buscan interpretar el espacio público o la ciudad desde la fenomenología de Bachelard. Gutiérrez (2015), por ejemplo, aborda la intimidad entre ser humano y el espacio urbano bajo el enfoque de la fenomenología; para esto vincula el trabajo de Gaston Bachelard y de diversos autores cercanos a esta temática. Gutiérrez examina conceptos como la topofilia, el topoanálisis, la percepción y la experiencia humana. Asimismo, plantea que el espacio público es contenedor de innumerables percepciones, experiencias, simbolismos y afecciones humanas. De su estudio concluye que: (1) el entendimiento del espacio público necesita de diversas disciplinas que estudian al hombre y su relación con la ciudad y (2) el espacio público, desde la fenomenología, va más allá del análisis de las cualidades de diseño, tangibles u observables.

Alezard (2017) por su parte realiza un estudio crítico de la imagen, con el fin de sustentar la idea de que la ciudad contiene una memoria a partir de imágenes

formadas a lo largo del tiempo y de la historia. Su estudio se fundamenta en la concepción de imagen según Bachelard, quien la considera como la realidad en sí misma y no como una representación. También presenta una reflexión sobre la fenomenología de la imaginación, el devaneo, la imagen poética y su relación con la ciudad. De este análisis se concluye que: (1) existen imágenes exteriores e imágenes que nacen del sujeto en sí, estas segundas son las que guardan los significados ocultos de la ciudad. (2) Las imágenes de la ciudad pueden ser contradictorias entre sí, lo que dificulta su interpretación. Y, finalmente, (3) el observador es la pieza más importante en el rompecabezas de imágenes de la ciudad, es gracias a él que hay una existencia concreta de las mismas.

Finalmente, Hiernaux (2019) en esta línea interpretativa explica el concepto de *habitar* como algo ligado al hombre. Aunque se enfoca en diversos autores, resalta lo que menciona Bachelard en *La poética del espacio* para explicar el concepto de *habitar*. Dicho esto, Hiernaux menciona que para estudiar el *habitar* es necesario introducir los sentidos, la percepción y la construcción de la subjetividad en general. En su texto se encuentra variedad de temas como: la casa y su importancia en la identidad de la persona; o la importancia de diferenciar entre morada, casa y hogar. De su texto se concluye que: (1) no se puede abordar el concepto de *habitar* desde la razón o desde sus maneras particulares de estudiar la realidad y (2) se debe buscar una nueva relación con el espacio, tratando de desligarse de la tecnología.

Consideramos adecuados los hallazgos de los artículos citados, pues estos logran compenetrar muy bien los temas estudiados con la visión analítica de Gaston Bachelard, tanto desde la perspectiva fenomenológica como desde la del topoanálisis. Sin embargo, ninguno de estos ahonda totalmente

el concepto de *ciudad* desde una interpretación meramente topoanalítica y/o fenomenológica. Por lo tanto, en el presente artículo se aborda el concepto de *ciudad* desde una interpretación topoanalítica y fenomenológica, con base en las obras *Poética del espacio* (1957) y *Poética de la ensoñación* (1987) de Gaston Bachelard, con el fin de entender el fenómeno de la ciudad, en tanto *casa común*, y su relación con el ser humano. De manera que la presente investigación parte de la concepción de que *la casa es parte vital para el desarrollo de una ciudad*. Aún más, es el lugar donde se asienta el habitante, por ende, la casa común donde se desarrollan diferentes aspectos vitales para salir a la sociedad. Asimismo, se parte de la conceptualización en torno a la circularidad de la casa (de su condición de ser refugio y al mismo tiempo dar posibilidad de aventura), por la cual se entiende que quedarse sin casa es lo mismo que el caso de un ejército que se queda sin retaguardia. Con este planteamiento trazado, el artículo se divide en tres partes: (i) Se clarifican los conceptos cruciales para la comprensión del análisis. (ii) La segunda sección, eje central del artículo, se ocupa de la discusión de la fenomenología bachelardiana y el topoanálisis en el espacio de ciudad. Finalmente, (iii), en el último apartado, se abordan las conclusiones obtenidas a partir de este artículo.

## Definición de Conceptos

### Sueño

El sueño es un estado de movimiento, pues es en él nuestros imaginarios más íntimos cobran vida. Para comprender mejor esta definición podríamos utilizar la misma metáfora realizada por Bachelard (1965). Imaginemos que el espacio onírico es el océano, el cual tiene dos grandes mareas o momentos: en un primer momento, el durmiente se deja envolver

por la voluntad del sueño, relaja sus músculos y se deja llevar por el centro de la psique. En un segundo momento, cuando ya se acerca la aurora, el durmiente, ya convertido en soñador, empieza a tener voluntad del sueño y se llena de deseos y proyectos para el nuevo día (Campos, 2003). Es así como en esta primera marea somos llevados por la voluntad del sueño y en ella es interesante que aún exista la duda de si realmente tenemos conciencia mientras soñamos, pues en repetidas ocasiones llegamos a sentirnos pasivos en nuestra propia creación del sueño. Contamos aquello que soñamos a otros, no solo para recordar esa creación propia, sino también para convencernos de que sí fue nuestra. Bachelard realiza una analogía sobre esta sensación y el escribir: “La palabra es un brote que pretende dar una ramita. Cómo no soñar mientras se escribe. La pluma sueña. La página blanca da el derecho a soñar. Si tan sólo se pudiera escribir para uno mismo. ¡Qué duro es el destino del hacedor de libros!” (Bachelard, 1982, pág. 34). En otro texto añade que “(...) por los sueños las diversas moradas de nuestra vida se compenetrán y guardan los tesoros de los días antiguos” (Bachelard, 1965, pág. 35). Podemos conjeturar entonces que los sueños poseen una cercanía implícita a la infancia, puesto que muchas veces en ellos recordamos y hasta tergiversamos sucesos ocurridos en nuestra niñez. Es por esta razón que el sueño es más poderoso que los pensamientos, debido a que es la razón por la cual existe una adherencia a la casa natal y a los recuerdos transcurridos en la casa en la que crecimos.

### Ensueño

Por su parte el ensueño es un estado de reposo entre el sueño y la vigilia, conformado por imágenes instantáneas y, por ende, inmediatas. A partir de estas imágenes generamos los conceptos que con

los que damos forma al lenguaje. En ese sentido la ensoñación expresa lo real de una forma distinta a la habitual, mediante la creación de un nuevo lenguaje. En palabras de Bachelard: “La ensoñación nos permite conocer el lenguaje sin censura. En la ensoñación solitaria podemos decírnoslo todo a nosotros mismos” (1982, pág. 89). Con esta idea en mente el autor propone una manera distinta de pensar el mundo, porque plantea que a partir de la ensoñación descubrimos genuinamente las imágenes que representan la realidad. Al respecto Gómez (2015) considera que en nuestra vida cotidiana la ensoñación nos permite descubrir diferentes ámbitos ocultos a simple vista, posibilitando imaginar y vivir el mundo como vía para alcanzar la felicidad. Según expresa: “La ensoñación nos permite acceder al mundo. [E]s el momento en que el hombre se siente miembro del mundo, un elemento más de esa realidad en la que incluso se elimina la oposición sujeto/objeto” (pág. 251). Gómez señala también que para Bachelard la ensoñación nos acerca al ser, por ejemplo, en experiencias concretas como contemplar un cuadro, sentir el calor de la hoguera, leer una carta o un poema. Es decir, entre más nos dejemos persuadir de una u otra experiencia, más cerca estaremos de nuestro ser y de la realidad. La imaginación es solo el punto de partida, la cercanía con el ser y la realidad depende principalmente de la influencia de la experiencia. Gómez lo ilustra de la siguiente manera: “[...] ante la llama de la vela el científico y el filósofo son lo mismo: hombre” (pág. 252).

### **Ensueño vs Sueño**

Una distinción clara entre sueño y ensoñación es el nivel de conciencia que tiene el soñador en cada uno de ellos. Ya hablamos un poco previamente sobre la conciencia durante el sueño nocturno. Mientras que

en el sueño no hay conciencia de ser uno mismo, el soñador de ensoñaciones conserva la conciencia para saber que es él quien sueña la ensoñación y que está feliz de que ésa sea su propia creación y no la de un tercero. “[U]na ensoñación, a diferencia del sueño, no se cuenta. Para comunicarla, hay que escribirla, escribirla con emoción, con gusto, reviviéndola tanto más cuando se la vuelve a escribir” (Bachelard, 1982, pág.19). Asimismo, Bachelard asegura que la ensoñación es femenina y el sueño es masculino, pero ¿qué quiere decir con esto? La respuesta se remonta principalmente a una desinencia gramatical de la lengua natal del autor. Encontrando así que *rêverie* (ensoñación) es una palabra femenina y *rêver* (sueño) es una palabra masculina. Sin embargo, el autor ve este detalle solo un comienzo, como la raíz de todo el árbol que estas palabras conllevan.

Siguiendo esta línea, Bachelard comenta que el sueño corresponde al *animus* (espíritu) y la ensoñación al *anima* (alma). Para explicar estos conceptos debemos remontarnos al pensamiento del psicólogo C.G. Jung —con base en el *Lexicon jungiano* de Sharp (1994)— quien comenta que el *anima* es el arquetipo de la vida misma y la psique femenina del hombre, la cual influye en sus ideas, emociones y actitudes. Mientras que el *animus* es el arquetipo del espíritu y la psique masculina de la mujer, la cual está definida por el *logos* paterno. En resumen, diría Jung: “El *anima* desea reconciliar y unir; el *animus* trata de discernir y discriminar” (Sharp, 1994, p. 35), lo que concuerda con lo dicho por Bachelard: “El sueño (...) puede desorganizar un alma, propagar en el día las locuras ensayadas durante la noche, la buena ensoñación ayuda realmente al alma a gozar de su reposo, a gozar de una fácil unidad” (1982, pág. 32). De acuerdo con esto, podemos concluir que la ensoñación es un estado de reposo, en el cual somos conscientes de ser el soñador y nos proporciona

un real descanso, tanto física como anímicamente. Por el contrario, el sueño es un estado activo y de movimiento, en él no tenemos conciencia y podemos ver brotar nuestra psique más profunda durante la noche; asimismo, permite que nuestro espíritu pueda discernir.

## Casa

Lo que dota de relevancia a los conceptos mencionados es el concepto de *casa*, pues es el espacio donde se fomentan dichas actividades: el sueño y la ensoñación. ¿Pero en realidad qué es la casa? Debemos obviar que la casa es más que un simple objeto: “La casa es nuestro rincón del mundo. Es nuestro primer universo. Es realmente un cosmos. Un cosmos en toda la acepción del término” (Bachelard, 1957, pág. 28). Antes mencionamos que la casa es el primer universo, el primer mundo, en el que somos depositados. En sintonía con esto Bachelard menciona lo siguiente: “La vida empieza bien, empieza encerrada, protegida, toda tibia en el regazo de una casa” (1957, p. 30). Por consiguiente, la casa tiene como función principal el ser habitada, y espacios con una función semejante como las moradas, los albergues y los refugios llevan la esencia de la casa. Se entiende entonces en qué sentido la casa impide que seamos seres dispersos, todo gracias a que ella nos protege de las dificultades de la vida y de las tormentas del cielo.

Por otra parte, es importante notar que las imágenes que formamos en la casa tengan cierto orden. Para esto es necesario que (1) la casa sea imaginada como un ser vertical y (2) la casa tenga intrínsecamente la percepción de centralidad. Esto es importante porque la verticalidad es la que permite que exista el contraste entre el tejado y el sótano, mientras que la centralidad permite concentrar aquellas imágenes en un centro de fuerza inamovible (Bachelard, 1957).

## Casa Natal

La casa natal es la primera, aquella donde habitamos nuestros primeros años de vida, por ende, es el lugar que trasciende en nuestro espíritu y esto provoca que las demás casas que habitemos nos recuerden a esa casa natal. La casa natal ha inscrito en nosotros la jerarquía de habitar, y en ella se establecieron *los valores de sueño* que son los últimos valores que quedan cuando la casa ya no existe. Teniendo en cuenta la función primera de la casa, *el habitar*, podemos remitirnos a Heidegger (1951) para sostener que la casa es la manera en que el hombre *es* en la tierra. En sentido hermenéutico, el *habitar* implica también un *construir*, porque no se construye donde no se habita. Esta relación intrínseca suele olvidarse muchas veces, pero si miramos la definición de “construir” en el antiguo alemán, encontramos la palabra “*buon*”, que significa habitar, permanecer, residir. Esta palabra no solo nos aclara que la palabra *construir* es equivalente a *habitar*, también nos muestra una curiosidad etimológica: “*Bauen*”, “*buon*”, “*bhu*”, “*beo*” vienen de la palabra “*bin*” que significa *soy*. Por lo tanto, “*ich bin*” y “*du bist*”, pueden traducirse como “*yo soy*” y “*tú eres*” o como “*yo habito*” y “*tú habitas*”. Resumiendo, para Heidegger, la condición en la que yo soy, tú eres, o el hombre es en la tierra es el *habitar (buon)*.

## Casa Común

Si bien Bachelard nunca menciona específicamente el concepto de *casa común*, debemos acentuar la relevancia que tiene para el planteamiento de este artículo. Por lo cual, para establecer una definición de *casa común* dividiremos el concepto en las dos palabras que lo componen. En cuanto el término “*casa*”, Bachelard reitera su importancia al resaltar que se trata del espacio en el cual el ser humano encuentra un lugar de emociones y de imaginarios en su vida cotidiana, es allí donde le es posible

comprender su ser y sus experiencias vividas en el día a día. Además, la casa es determinante en materia de los recuerdos y miedos que se tendrán en el futuro (Gutiérrez, 2013). En cuanto al término “común” tenemos a bien la definición estándar: “Dicho de una cosa: Que no siendo privativamente de nadie, pertenece o se extiende a varios” (Real Academia Española, 2001, definición 1). Por lo tanto, podemos decir entonces que *casa común* se define como un extendido a varios, en el cual cada ser humano, a partir de sus experiencias vividas día a día, encuentra sus emociones e imaginarios, tanto individuales como colectivos.

El término de “casa común” se ha utilizado en diferentes ámbitos, por ejemplo, el universo o cosmos ha sido descrito como casa común, pues es allí donde habitan diversos tipos de entidades con sus propios requisitos (Henriques, 2013). También, el planeta Tierra ha sido definido como casa común, debido a que es el lugar que ocupan todos los seres vivos, por ende, también el ser humano que se ha establecido en todos los continentes del planeta Tierra, y cohabita con la naturaleza y otras especies. Asimismo, sucede con el espacio público, de manera que la ciudad es también nuestra casa común. Por ejemplo, Hundertwasser, pintor y arquitecto ecologista austriaco, plantea que estamos constituidos por cinco pieles: la epidermis, la ropa, la casa, la identidad y la tierra. Sin embargo, en este caso solo resaltaremos piel llamada identidad. Según este autor, la identidad no está conformada solo por lo que somos, sino también por todo lo que nos rodea, tal como la tierra, el país o la ciudad. En otras palabras, no se podría consolidar nuestra identidad sin nuestro entorno (Sánchez y Albo, 2021). La metáfora de las cinco pieles se puede equiparar con los niveles ecológicos: individuo, población, comunidad, ecosistema, bioma, biosfera. Al igual que en este caso, las cinco pieles hacen las veces

de un revestimiento de una capa de protección. De manera que podría establecerse de modo análogo que el sueño, el ensueño, la casa, la casa natal y la casa común (ciudad/espacio público) hacen las veces de cierto revestimiento, lo que significa que constituyen nuestra propia identidad y nuestra vida íntima. Más aún, son contenedores de las imágenes de nuestra intimidad.

### **Topoanálisis**

Podemos describir al topoanálisis como el estudio psicológico sistemático de los parajes de nuestra vida íntima: la casa soñada, la inmensidad del cosmos, la memoria de las cosas y el lenguaje como espacio. Además de esto, el topoanálisis tiene sus bases en estudios claves para Bachelard como la psicología descriptiva, la psicología analítica, el psicoanálisis y la fenomenología (Hernández, 2016).

### **Fenomenología**

La fenomenología tuvo su origen principalmente como necesidad de explicar la naturaleza de las cosas, entendidas como fenómenos. Más que pasos a seguir, es un paradigma que observa y explica la ciencia con la intención de conocerla y encontrar la verdad de los fenómenos. Se define entonces como el estudio de los fenómenos o las experiencias tal y como se presentan, así como el análisis de la manera en que las personas viven dicho fenómeno (Martínez, 2012).

### **Sótano y Guardilla**

Asimismo, a través del topoanálisis, Bachelard reflexiona sobre diferentes ámbitos cotidianos, como las ensoñaciones y la percepción, que se reflejan en los espacios íntimos. Para él las imágenes que recibimos a partir de la ensoñación deben ser estudiadas desde objetos esenciales, tales como cajones, baúles, armarios, candados, llaves, entre otros. Bachelard toma el topoanálisis como una

herramienta para estudiar de manera psicoanalítica y fenomenológica la vivienda y sus espacios internos (Gutiérrez, 2016). Según Bachelard (1957), cuando se imagina una casa se reconoce que en ésta se habita y se construye, aquí el soñador reconstruye los pisos altos, el desván, el sótano, la guardilla, los cuales se consideran bien edificados (p. 38). El sótano y la guardilla son conceptos que se vinculan con la casa, en tanto ser vertical, por lo tanto son considerados los lugares donde residen los miedos, la desconfianza y la cobardía. Por ejemplo, al momento de pensar en el sótano, notamos que se encuentra en un lugar subterráneo de la casa, donde no llega la luz y, por lo mismo, el soñador se siente incapaz de bajar a él sin luz (sin refuerzo visual). Este lugar puede tener seres enigmáticos que pueden provocar pavor con tan solo ser nombrados. Por el contrario, la guardilla, al estar en el lugar más alto de la casa, recibe luz con mayor facilidad y, por esto mismo, el soñador es más valiente al momento de racionalizar sus miedos en este lugar, pues seres comunes (v.g. ratones o ratas) pueden ser los que rondan el lugar.

## Discusión

Se debe resaltar que el estudio de la ciudad desde la fenomenología y el topoanálisis nos permite visualizar este espacio como un fenómeno cambiante y dinámico. Bachelard (1958) considera que el espacio analizado por dos o más personas nunca es percibido de la misma manera, puesto que la percepción es una experiencia netamente individual. Ya que la fenomenología permite entender al ser humano desde una postura existencial, esto es a partir de la esencia de la relación *humano-fenómeno*, podemos extender el análisis fenomenológico a la relación *humano-ciudad*. De manera que entender la esencia del fenómeno denominado “ciudad” implique entender las sensaciones y experiencias

que tiene el ser humano al vivir en él. Al respecto consideramos que la ciudad, al ser un fenómeno que trasciende más allá de su historia o lugar geográfico, se puede estudiar de manera independiente de elementos de índole histórica o procedentes de otras áreas. Aludir a la ciudad como fenómeno significa hablar de la ciudad como esencia, como experiencia, como realidad viviente para el ser humano, sin olvidar el carácter cambiante y dinámico —sin una estructura fija— que le es propio.

Bachelard entiende la casa como un resguardo en el que la vida del ser humano está protegida y aislada del mundo exterior. Pero la ciudad está compuesta por casas, apartamentos y todo tipo de viviendas que resguardan al ser humano. Por lo que esta composición de viviendas aporta a la esencia de la ciudad. No obstante, debe recalcarse su opuesto: el campo. En esta oposición campo/ciudad resaltan espacios y objetos propios de la ciudad como el asfalto, las calles abarrotadas, los trancones de automóviles y los grandes edificios corporativos. Ortega y Gasset comenta al respecto que “en la ciudad, la lluvia es repugnante, porque es una injustificada invasión del cosmos, de la naturaleza primigenia en un recinto como el urbano, hecho precisamente para alejar lo cósmico y primario” (1916, pág. 416). Entonces, podemos decir que otra parte de la esencia de la ciudad es alejar al ser humano de la naturaleza del cosmos, tomando de la naturaleza solo partes selectas. La lluvia nos recuerda que la ciudad no es todo lo que existe, pero que sí puede convertirse en cosmos y en mundo para quien se deja llevar por su esencia.

De hecho, Bachelard llega a mencionar al espacio de la casa como un mundo en sí mismo, el primer mundo del ser humano, un mundo que permite que el ser humano no sea un ser disperso. La ciudad

como mundo también ayuda al ser humano a no ser disperso. Así como la casa, la ciudad también protege al soñador, permitiendo que existan ensueños, sueños, pensamientos y experiencias humanas dentro de ella. En resumen, la ciudad presenta una dualidad también, es resguardo y permite al ser humano pertenecer a ella; pero, por otro lado, aleja al ser humano de la naturaleza y lo encierra en un imaginario concreto de ciudad.

Como ya se ha mencionado anteriormente, Bachelard considera de vital importancia analizar las imágenes recibidas directamente de la ensoñación desde objetos esenciales, pues allí él encuentra explicaciones de tipo psicoanalítico. Como ejemplo claro encontramos el sótano y la guardilla de la casa. Para el caso de la ciudad también hallamos objetos esenciales para entenderla como fenómeno, a saber: las calles, las casas, los servicios públicos, las zonas verdes. Según esto, vale la pena resaltar que el valor analítico de la fenomenología recae en la subjetividad misma, puesto que el pretender descubrir la esencia y autenticidad de las cosas está demarcado por el significado individual que cada ser humano le confiere al objeto o a la experiencia en sí (De los reyes et al., 2019).

## **Calle**

Las calles conforman el escenario social y cultural de la ciudad, es allí donde nosotros, como seres humanos, nos comunicamos, tanto con nosotros como con los demás; a partir de allí construimos una identidad más concreta. También, la ciudad nos posibilita visitar esas calles con el fin de devolver recuerdos a la memoria y ver cómo va cambiando aquella calle que una vez fue vivida como experiencia (Villegas, 2010). Asimismo, podríamos conjeturar que las calles pueden ser un espacio de ensoñación, pues en ellas el hombre está en un estado de reposo, entre la vigilia y el sueño. Sin embargo, es objeto de

cuestionamiento si realmente entraría la ensoñación totalmente en las calles, ya que muchas veces no existe conciencia de ser el soñador cuando se está en ese tipo de espacios. Tendríamos que dejarnos llevar realmente por el andar de las calles para que la imaginación surja y así finalmente llegar a la ensoñación, a la realidad. Por contraste, Barbero (2001) menciona que “en el mundo contemporáneo [...] las calles dejaron de ser punto de encuentro para convertirse en avenidas donde fluye la información, [...] cinturones de asfalto que profundizan las fisuras de la modernidad en procesos acelerados de descentramiento y desencuentros”. De modo que las calles más que sumergirnos en una experiencia nos alienan de ella, saliendo totalmente de la realidad, viéndola casi como un sueño.

En resumen, el estudio fenomenológico ofrece la oportunidad única de entender la calle como experiencia esencial de la ciudad. De entender cómo nosotros en tanto seres humanos experimentamos la calle y el espacio público. Muchas veces determinadas calles se convierten también en esencia individual de nuestra identidad por alguna experiencia, nada más interesante que hallar ese nexo dentro de nuestra casa común.

## **Casa(s)**

Siguiendo la misma línea y considerando el planteamiento de Bachelard de que las casas son nuestro primer universo, las casas operan como partes que componen una ciudad, y en tanto tales, simbolizan nuestro primer acercamiento con la ciudad. Las casas son uno de los apartados más importantes en una ciudad, porque la ciudad es como una obra de arte capaz de ser producida y apropiada por los habitantes desde la imagen que forman de su casa hasta la estructura de casas que ésta constituye. A partir de lo cual, la ciudad, al igual que la casa, genera un vínculo afectivo entre el habitante y ella,

de tal suerte que la ciudad toma la misma relevancia en el desarrollo de la personalidad de cada persona. En ocasiones esta relevancia tiende a dejarse de lado y se obvia que la ciudad tiene tanta o más relevancia que la casa. Esto es algo lógico, ya que la casa la podemos imaginar como una ciudad más pequeña y la ciudad como una casa más grande. Por ejemplo, Pérez (2019) sitúa la discusión en los años noventa, cuando se trató de evitar la aparición de movimientos urbanos en el Estado de Chile, recurriendo a la construcción masiva de viviendas subsidiadas. Todo esto se realizó sin éxito, porque las personas fueron expulsadas de su barrio de origen y ubicados en la periferia. Esto generó que los originarios, después de ser ubicados en la periferia, estuvieran en desacuerdo, ya que aseguraban compartir algo más que un vínculo material, algo que va más allá, como lo es el vínculo familiar.

## **Puente**

La imagen de puentes gigantescos hechos de pavimento o de metal suelen venir a nuestra cabeza cuando pensamos en una ciudad. La ciudad no tiene puentes porque sí, tiene puentes con el fin de facilitar el paso o la llegada a algún lugar específico. En la vida cotidiana solemos ver puentes abarrotados de personas o de medios de transporte que solo tienen el objetivo de cruzar ese puente y llegar a otro lado. En este espacio residen miedos y preocupaciones, porque es un lugar en el que el ser humano no se siente seguro instintivamente. Al estar en un lugar alto, también se está ante la posibilidad de caer, lo que genera sensación de inseguridad, de querer volver lo más pronto posible al suelo. Tal vez por esto muchas personas optan por no usar este tipo de estructuras.

En sentido metafórico se entiende que el puente también compromete un tipo de nexo entre dos cosas, en el cual interviene un tipo de fenómeno

que llamamos aquí como *el efecto del sótano y la guardilla*. Cuando pensamos en pasar por debajo del puente puede que nos entre algo de temor, la imagen visual que se viene es la de una escenografía descompuesta: basurales, cloacas, descargas, escondites (Castillo, 2005). Por contraste, la parte más alta del puente es más iluminada, nos permite afrontar y racionalizar de mejor manera los miedos que conlleva el pasar por allí. Una perfecta analogía con el sótano y la guardilla mencionadas previamente.

## **Acceso a Servicios Públicos**

La fenomenología, como ya hemos dilucidado, trata de acercarse a la esencia de las cosas desde lo propiamente humano. La ciudad se caracteriza porque la mayoría de sus habitantes tienen acceso a servicios públicos como agua, energía eléctrica y gas. Es importante resaltar esto porque el acceso a los servicios públicos hace parte esencial de la esencia de la ciudad con relación al ser humano. De manera que la ciudad se convierte no solo en regazo o protección, sino también en proveedor, de nuevo, de una naturaleza fragmentada. De esta misma manera el acceso a servicios públicos le da al habitante de la ciudad una sensación de control sobre su entorno. Esto es relevante porque influye directamente en la psique. En psicología se ha estudiado el control en su relación con la conducta humana y se ha encontrado que un individuo actuará de forma distinta dependiendo de cómo esté dispuesto su *locus de control*. Esto quiere decir que si es un locus de control interno, tiene control sobre lo que hace, si es un locus de control externo, significa que el entorno tiene control sobre él y lo que hace (Páramo, 2004).

En resumen, podemos decir que la ciudad es un espacio que provee, pero de manera limitada y controlada, influyendo directamente en la percepción de su esencia en cada uno de los individuos que

habitan en ella. Además da la sensación de seguridad y control, solo a los habitantes que tienen los medios económicos para extraer de ella aquello que ella misma ha extraído de la naturaleza.

## Zonas Verdes

Finalmente, las zonas verdes son espacios en los cuales el habitante mantiene un vínculo con la naturaleza, además, son el lugar en el cual se puede desintoxicar de la era tecnológica. Cuando hablamos de zonas verdes hacemos referencia a centros deportivos, parques recreativos, vías peatonales verdes, áreas recreativas, canchas deportivas, campos escolares, entre otros. Por otra parte, varios autores resaltan la importancia de las zonas verdes y de lo relevantes que son en la ciudad. Un ejemplo de ello es el citado Hundertwasser, un arquitecto que siempre estuvo en busca de una reconciliación con la naturaleza y siempre dejó entrever en sus obras su búsqueda para conservar el medio ambiente. Sin embargo, Bonells (2018) considera que en la actualidad poco a poco se pierde este contacto con las zonas verdes, pese a que los habitantes sean conscientes de la necesidad y falta de zonas verdes en la ciudad. Pero, aunque se tiendan a realizar proyectos para tratar de incluir zonas verdes, estos proyectos se quedan en ideas que no llegan a ser realizadas. Desafortunadamente, la proyección de zonas verdes terminará desapareciendo. Que poco a poco se pierda el contacto con las zonas verdes no significa que no haya autores que retomen la importancia de las zonas verdes. Valdez y Foulkes (2016) realizaron un artículo enfocado en la infraestructura verde y su papel en el desarrollo regional, además, resaltan el papel de las zonas verdes en la biodiversidad, porque son consideradas el contacto primario con la naturaleza e influyen tanto en lo mental como en lo físico de los habitantes.

## Conclusiones

Después de abarcar todos los conceptos que conforman la esencia de la ciudad, podemos concluir que cada concepto definido a lo largo de la discusión (calles, servicios públicos, casas, etc.) es importante para el fenómeno denominado ciudad. Sin embargo, es necesario resaltar y nunca olvidar el factor vital para que ésta exista: el ser humano. El humano es aquel que da forma a la ciudad, la percepción y la interpretación del ser humano hace que ésta exista como fenómeno.

Consolidamos la casa como parte indispensable de la ciudad, debido a que es el primer lugar donde los seres humanos se establecen y se desarrollan, como ya se ha dicho antes, es el primer cosmos o universo que la persona tiene al nacer. Cuando la persona ya tiene la capacidad de salir, de expandir sus “horizontes”, se da cuenta que su casa no es el único espacio en el que puede habitar. Conoce las calles, y empieza a recorrerlas, porque es innato del ser humano la curiosidad, las calles son misteriosas, son fundamentales para llegar a un lugar, pues son la conexión de lugares. De la misma manera el humano conoce otros sitios: las zonas verdes (parques), edificios que tienen un sin fin de utilidades, como bien pueden ser los comercios, oficinas, industrias, etc.

Podemos resaltar también que la esencia de la ciudad trasciende más allá que lo que podemos percibir con los sentidos. No es lo mismo observar una ciudad a *vivir* la ciudad. La relación con el ser humano es la que permite que el fenómeno tenga una profundidad insospechada e interesante.

Para finalizar, las implicaciones que se derivan de este estudio deben ser interpretadas a la luz de sus posibles limitaciones. Como primera limitación encontramos que la fenomenología se basa en pura

interpretación, la falta de metodología y la dificultad de materializar las teorías propuestas le resta validez a cualquier estudio fenomenológico, y éste no es la excepción. Como segunda limitación, podríamos decir que la perspectiva filosófica no es la más acertada al momento de hablar de la ciudad, debido a que para muchos filósofos modernos la ciudad es considerada como no universalizable, observando a la ciudad como objeto de estudio de otras ciencias o campos. Por lo que se puede concluir con base en López (2003) que la filosofía vive en la ciudad y gracias a ella, pero no la piensa (López, 2003).

## Referencias

- Alezard, E. (2017). La imagen de la ciudad: percepción y devaneo. Bachelard y las provocaciones de la imaginación. *Trienal de Investigación FAU UCV*, 1-10.
- Bachelard, G. (1957). *La poética del espacio*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Bachelard, G. (1965). *El aire de los sueños*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Bachelard, G. (1982). *La poética de la ensoñación*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Barbero, J. M. (2001). Reconfiguraciones comunicativas de lo público. *Anàlisi*(26), 71-78.
- Bonells, J. E. (1 de junio de 2018). *Del punto de vista filosófico; el hombre y la naturaleza a la realidad*. Obtenido de Jardines sin fronteras: <https://jardinessinfronteras.com/2018/06/01/del-punto-de-vista-filosofico-el-hombre-y-la-naturaleza-a-la-realidad/>
- Campos, J. (2003). La ontología directa de la imagen poética en Gastón Bachelard. *Espiga*, 4(7), 35-46.
- Castillo, G. (2005). LOs mares interiores: Apuntes para una fenomenología territorial del viaje. *Aisthesis*(38), 42-56.
- Gómez, M. J. (2015). *Bachelard: ciencia y ensoñación*. Universidad de Valladolid. Facultad de Filosofía y Letras.
- Gutiérrez, F. (2013). De la casa a los espacios íntimos a partir de la descripción fenomenológica de Gastón Bachelard. *Bitácora Arquitectura*(32), 68-73.
- Gutiérrez, F. (05 de marzo de 2015). *El espacio público desde la fenomenología*. Universidad Veracruzana, Facultad de Arquitectura, Veracruz, México.
- Heidegger, M. (1956). *Construir, Habitar, Pensar*. Santiago de Chile: Facultad de Arquitectura de la Universidad Católica de Chile. Obtenido de [https://wiki.ead.pucv.cl/images/7/70/Construir\\_habitar\\_pensar\\_heidegger.pdf](https://wiki.ead.pucv.cl/images/7/70/Construir_habitar_pensar_heidegger.pdf)
- Henriques, M. C. (2013). Bernad Lonergan y la alfabetización científica. *Argumentos de Razón Técnica*(16), 55-73.
- Hiernaux, D. (2019). Habitar la tierra: la espacialidad humana y el territorio. En M. Figueroa Castelán, E. Licon Valencia, & G. Ruiz Velázquez, *Aportes Teóricos Y Etnográficos Para El Estudio Del Conflicto Y La Gestión En Territorios Latinoamericanos* (págs. 35-52). Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (Eds.).
- López, M. J. (abril de 2003). Para una filosofía de la ciudad. *Urbes. Revista de ciudad, urbanismo y paisaje*, 13-28.
- Martínez, F. (2012). Fenomenología como método de investigación: Una opción para el profesional de enfermería. *Enfermería Neurológica*, 11(2), 98-101.

Ortega y Gasset. (1916). *Obras completas Tomo II*. Barcelona: Taurus.

Paramo, P. (2004). Algunos conceptos para una perspectiva optimista de vivir la ciudad. *Territorios*, 10(11), 91-109. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.6012>

Pérez, M. (2019). “Uno tiene que tener casa donde nació”. Ciudadanía y derecho a la ciudad en Santiago. *EURE*, 45(135), 71-90.

Real Academia Española. (2007). Común. *Diccionario de la Lengua Española (22ª ed., s.p.)*.

Reneé, M., & Batán, B. (2007). La epistemología de Bachelard y el Psicoanálisis en La Formación del espíritu científico y El Psicoanálisis del Fuego (1938). *Epistemología e Historia de la Ciencia*, 13. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11086/3178>

Sánchez , J. L., & Albo Cos, Ú. (2021). Hundertwasser: Las cinco pieles como interfaces de experiencia común. *INDEX Revista de Arte Contemporáneo*(12), 64-75.

Sharp, D. (1994). *Lexicon jungiano: compendio de términos y conceptos de la psicología de Carl Gustav Jung*. Buenos Aires: Cuatro Vientos.

Valdés, P., & Goulkes, M. D. (2016). La infraestructura verde y su papel en el desarrollo regional. Aplicación a los ejes recreativos y culturales de resistencia y su área metropolitana. *CUADERNO URBANO. Espacio, cultura, sociedad*, 20(20), 45-70.

Villegas, C. A. (2006). Las calles nuestras de cada día. Cultura, memoria y narrativas vitales. *Espéculo. Revista de estudios literarios*(33).

**Título: Alimentando Palomas**



**Título: El Gato y La Ciudad**



**Título: En Proceso**



**Foto**  
**grafía: Andrea Paola Bermudez**

## Deportación

Diana Agámez

En última instancia  
la vida es una  
enfermedad crónica  
voy a bailar todos sus bailes  
bajar todos sus mangos  
voy lanzar mis malas palabras  
en el fondo de tus labios educados  
voy a exacerbar el aire  
a inflamar mi sombra  
para abarcarlo todo  
y encontrar en tu risa burlona  
mi risa burlona  
mientras me deportan de tu calle  
que me importa si me creen enfermo

después de la muerte  
hay un tiempo para sanar

(poesía, 2020)

## Pena Ajena

Los veo carcomiendo  
mi paso por la calle  
especulando sobre  
mi origen y mi fin  
ellos saben de mí  
lo que a diario salgo  
a buscar y no encuentro  
les da pena que yo ame  
al hombre y respete a la mujer  
ni de lo uno  
ni de lo otro saben  
- y hablan -  
no se resignan a que el mundo  
es un círculo  
me enternecen esas fronteras  
que alegre atravieso cada vez  
que me deportan  
acusándome  
de no sentir pena

(poesía, 2020)

2023 - Bogotá - Semestral



UNIVERSIDAD  
SERGIO ARBOLEDA

revista **KAMINU** Arte, Cultura y Sociedad