

Memorias de ponencias

V Seminario Internacional
de Investigación en
Prácticas Artísticas

Circulación en el nuevo contexto

DE LAS ECONOMÍAS

CREATIVAS Y CULTURALES

Noviembre 3, 4 y 5 de 2021



www.deboraarango.edu.co



Debora Arango



Alcaldía de Envigado

Juntos
SUMAMOS
por Envigado





V | Seminario Internacional
de Investigación en
Prácticas Artísticas

Circulación en el nuevo contexto

DE LAS ECONOMÍAS

CREATIVAS Y CULTURALES

Memorias de ponencias

Noviembre 3, 4 y 5 de 2021

**SEMINARIO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN
EN PRÁCTICAS ARTÍSTICAS**
ISSN: 2665-525X

**Memorias V Seminario Internacional de Investigación
en Prácticas Artísticas**

Circulación en el nuevo contexto de las economías creativas y culturales.

Fecha: noviembre 3, 4 y 5 de 2021

Modalidad: Virtual

Grupos de investigación

Prácticas Artísticas en Contexto

Pedagogías Integradoras para las prácticas artísticas.

Comité de publicaciones

Paola Cristina Gómez Cano – Vicerrectora Académica

Laura Carolina Torres Enk – Jefe de Investigación

Jose Ignacio Pérez Betancur –Internacionalización

Jose Octavio Castro Bedoya – Decano Escénicas

Juan Sebastián Gil Gil – Decano Audiovisuales

Juan Felipe Londoño Ramírez – Decano Proyectos Culturales

Ilvar Josué Carantón Sánchez – Decano Visuales

Gustavo Adolfo Díez Henao – Decano Música

Anyelly Carmona Ospina - Comunicaciones

Helí Arias Sánchez – Biblioteca

Relatores

Jose Octavio Castro Bedoya

Gabriel Jaime Lopera Maya

Edición y corrección de textos

Gabriel Jaime Lopera Maya

Diseño de imagen

INCIDELAB – Escuela Superior Tecnológica de Artes
Débora Arango

Diseño y diagramación

Alex Vélez

Editado y aprobado en Envigado, Antioquia, Colombia
Agosto de 2022

Juan Carlos Mejía Giraldo

Rector

rectoria@deboraarango.edu.co

Paola Cristina Gómez Cano

Vicerrectora Académica

vicerrectoriaacademica@deboraarango.edu.co

Laura Carolina Torres Enk

Jefe de Investigación

investigacion@deboraarango.edu.co

Jhonatan Andrés Betancur Vanegas

Jefe de Extensión

extension@deboraarango.edu.co

Jose Ignacio Pérez Betancur

Líder de Internacionalización

internacionalizacion@deboraarango.edu.co

©2022 Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora

Arango - Institución Redefinida

www.deboraarango.edu.co

+(57) 604 4480381 ext. 131

Calle 39 Sur 39 - 08

Envigado - Antioquia

Colombia



La responsabilidad de los contenidos aquí publicados
compete a los autores mismos.

Esta publicación está regida por la licencia Creative
Commons (CC-BY), en la que los usuarios pueden leer,
descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o vincular los
textos completos de los artículos, o usarlos para cualquier
otro propósito legal, sin pedir permiso previo del editor o
del autor/a, siempre que se haga referencia tanto a su autor/a
como al hecho de que el trabajo haya sido publicado en ella.



V Seminario Internacional de Investigación en Prácticas Artísticas

Circulación en el nuevo contexto de las economías creativas y culturales.

Temas centrales

- La creación de redes de conocimiento desde un contexto multi-inter y transdisciplinario para el sector de las industrias creativas y culturales.
- Líneas productivas estratégicas para el sector de las industrias creativas y culturales.
- Promoción de los procesos de creación, producción, distribución, circulación y consumo de los bienes y servicios culturales.

Líneas de interés

- Economía de la cultura y la creatividad. Ciclos de vida de la producción artística, la autogestión como estrategia de circulación y las diferentes posibilidades de financiación del mercado del arte.
- Laboratorios co-creativos virtuales transversalizados por experiencias investigativas diversas que contribuyan a la (de)-construcción participativa en los ambientes de aprendizaje en el contexto actual.
- Política Cultural y entendimiento social.
- El desarrollo de la institucionalidad: estado, empresa y academia en cuanto a la actual crisis por la que cruzan las industrias creativas y culturales.

- Casos de éxito referente a experiencias reconocidas y referentes en el sector de las industrias creativas y culturales.
- Producción de conocimiento a partir de proyectos y productos desde la hibridación arte y tecnología.
- La importancia cultural de la remediación en los nuevos medios para la resignificación de los símbolos y referentes hegemónicos de las industrias culturales.
- Industrias culturales y los mass media (industria televisiva, cinematográfica, publicitaria, fotografía fonografía, contenidos digitales).
- Un análisis de la incidencia en la transformación de la digitalización de los medios sobre la evolución de las industrias culturales.
- Miradas alternativas y disruptivas de las industrias creativas y culturales para la creación, circulación y producción teatral.
- La creación de ecosistemas de circulación de la producción artística en el escenario de las industrias creativas y culturales desde un enfoque de autogestión individual y colectiva.

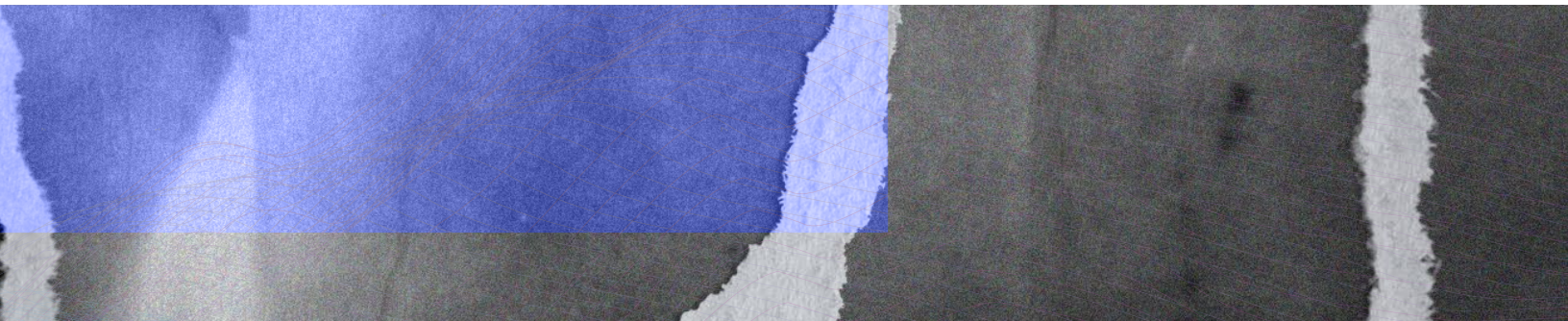


TABLA DE CONTENIDO

PONENTES INTERNACIONALES	10
Territorios y ecosistemas creativos para el desarrollo sostenible Mtra. Verónica Alanís Moreno	11
Diversificación para la sostenibilidad económica de creativos Alex Paredes Lazo	12
ENSAMBLES HÍBRIDOS: proceso de residencia y creación mediado por la virtualidad Antonio Monasterio Labra	14
El análisis de redes sociales; metodología y aplicaciones en Industrias Culturales y Creativas Constanza Diaz Bilotto	16
Postura académica frente a la relación Cultura y Economías Creativas José Luis Mariscal	17
Historia de supervivencia de un espacio cultural y de mi propia supervivencia Juan Carlos Pachón	19
Bases para el desarrollo e implementación de un modelo escénico sustentable todoterreno Xavier Villanova	20
TALLERISTAS	22
¿Gestión artística o cultural? Un acercamiento conceptual desde las economías creativas Juan Felipe Londoño	23
Trabajar en Red Oscar Poli Gomitolo	25



MESA ACADÉMICA DE MÚSICA 27

La experiencia de los Grupos Artísticos Institucionales en la Universidad Nacional de Colombia, casos: Rock Coral, Danza, Danza Andina de los Pastos, y el proceso de adaptación a los nuevos medios de proyección en medio del COVID -19 28

Adriana Giraldo Zuluaga / Carlos Andrés Restrepo Espinoza / Marisella Bravo de la Rosa

Plan de Reactivación Económica: Nuestra Música Con Vos 31

Sara Melguizo Gavilanes / Nicolás Ortiz Contreras / Carlos Andrés Zapata Gil

Estrategia de co-creación: Toquemos juntos 36

Gustavo Adolfo Díez

Que suene la banda 40

Carlos Hernán Méndez Díaz / Gustavo Adolfo Jaramillo Tascón

El sentido de la experiencia en la cultura popular 44

Edwin Alexander Castro Méndez

MESA ACADÉMICA DE AUDIOVISUALES 48

Rompamos la quinta pared y hablemos de públicos 49

Olga Elena Vásquez Solorzano

Alfabetización transmedia: educación para el consumo de las industrias creativas 52

Daniela González García

Transmedia storytelling y su relación con el aprendizaje informal que se vive de forma cotidiana en internet 55

Edison Albeiro Patiño Mazo

Las industrias culturales y creativas, los medios digitales en el contexto de la Ley Naranja, una mirada en el poscovid-19 59

Cledys José Romero Ortega

Retos y alcances desde la pandemia:Productores multimedia emergentes navegando en plataformas sociodigitales 62

Ana Karen Jiménez Aguilar

MESA ACADÉMICA DE VISUALES **67**

Ecosistema talleres de artistas: Barrio Colombia, Medellín **68**
Ilvar Josué Carantón Sánchez

Tiempos pandémicos: creación, producción y circulación de obras **72**
Javier Rodríguez / Mónica Romero / Mariana Álvarez

Feria Virtual de Artes Visuales 365: Gestión Cultural a través de las redes sociales en la pandemia **76**
Piter Alexander Martínez Chicunque / Laura Carolina Zapata Berrio

El ecosistema moda con textiles inteligentes como una oportunidad para las industrias culturales y creativas **79**
Lina María Vanegas Ochoa

Vida y milagros de un emprendimiento autogestionado **84**
José Fernando Murcia Fajardo

MESA ACADÉMICA DE PROYECTOS CULTURALES **87**

Plan Decenal de Cultura de Envigado **88**
Lina Marcela Silva Ramírez / Andrés Felipe Roso

Perspectivas investigativas de las Industrias culturales y creativas: Subsector Artesanía **91**
Luis David Rodríguez Romero / Andrea Carolina Redondo Méndez / Oswaldo Ospina Martínez

Ecosistema Naranja **95**
Juan-Diego López-Medina

Gestión de proyectos culturales, creativos, y de emprendimiento, como competencia transversal en la formación de gestores y artistas audiovisuales y multimediales en el contexto de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango **100**
Juan Felipe Londoño Ramírez / Juan Sebastián Gil Gil



Análisis socio-antropológico de las iniciativas públicas dirigidas a la promoción y valorización del arte indígena

104

Jean Paul Sarrazín Martínez

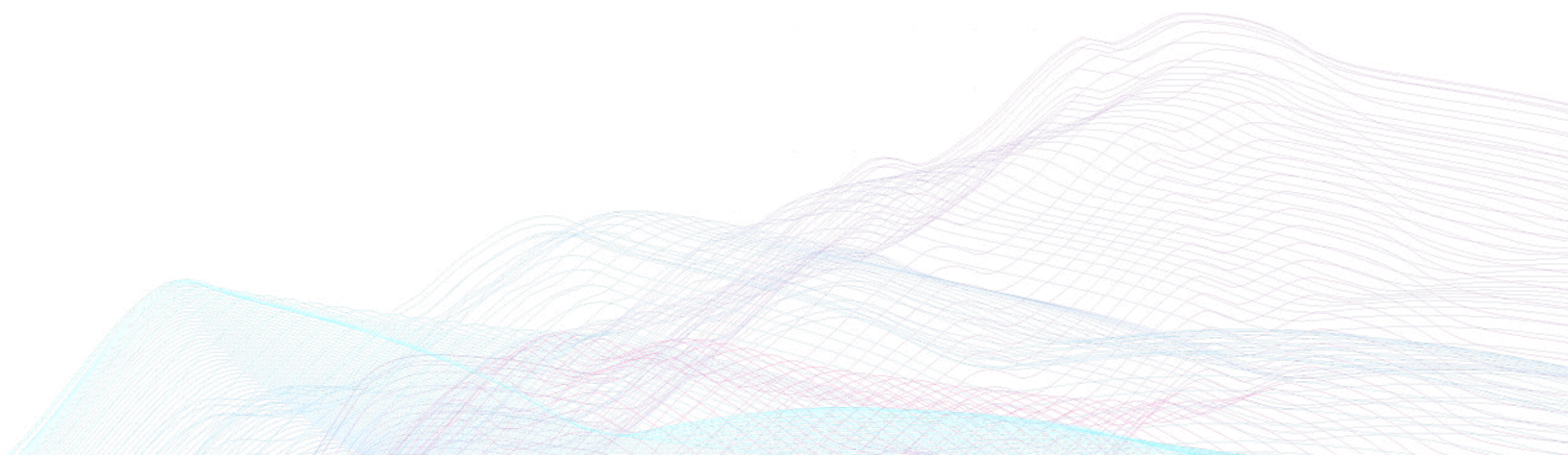
PROYECTO PEDAGÓGICO INTEGRADOR

106

Narrativas Urgentes

107

Nestor Raúl Pérez / Yoni Alexander Osorio





...
**Ponentes
Internacionales**



Nombre: Mtra. Verónica Alanís Moreno

Decanatura: Proyectos Culturales

Nacionalidad: México

Filiación Institucional: Universidad Veracruzana

Consultora, Gestora cultural y productora artística. Graduada en Psicología por la U.N.A.M., estudió la Maestría en Artes Escénicas en la Universidad Veracruzana. Fue coordinadora del Espectáculo Jarocho de la Universidad Veracruzana y fundadora de la unidad productiva Espectáculos UV del Fondo de Empresas Universitarias UV. Es consultora externa para la Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia en materia de economía creativa y empresas culturales. Actualmente es la representante de la Red de Extensionistas en Economía Creativa de la ciudad de Xalapa, Veracruz y docente a nivel licenciatura y maestría en las áreas de gestión cultural, producción escénica, organización de festivales y administración de empresas culturales, en diferentes Instituciones de Educación Superior en México.

Territorios y ecosistemas creativos para el desarrollo sostenible

Esta ponencia nos lleva a reflexionar acerca de cómo entendemos las comunidades y los territorios desde las industrias creativas y cómo es la participación de los actores involucrados en un ecosistema creativo y sostenible. Nos plantea una revisión analítica en torno a los modelos en la industria cultural, acerca de cómo nuestro territorio físico o virtual potencia el talento creativo y cuál es el rol como gestores culturales. Esta cadena productiva se retroalimenta con el fin de generar relaciones que apuntan a lo sostenible dentro del ámbito de la gestión cultural para entender los procesos de la cadena de valor en un ecosistema de retroalimentación. La invitación que queda para la comunidad académica es la de incentivar y fortalecer los ecosistemas creativos a través de los agentes del entorno creativo, pues la clave está en la cooperación y el intercambio de sabidurías entre ellos, logrando así una retroalimentación de la cadena de valor de manera circular. Es allí donde se resalta la importancia de los agentes involucrados, sobre todo en el hecho de reconocerse entre sí, tanto en el territorio como en sus actividades, lo que es necesario para el desarrollo sostenible de las industrias.



Nombre: Alex Paredes Lazo

Decanatura: Proyectos Culturales

Nacionalidad: Chile

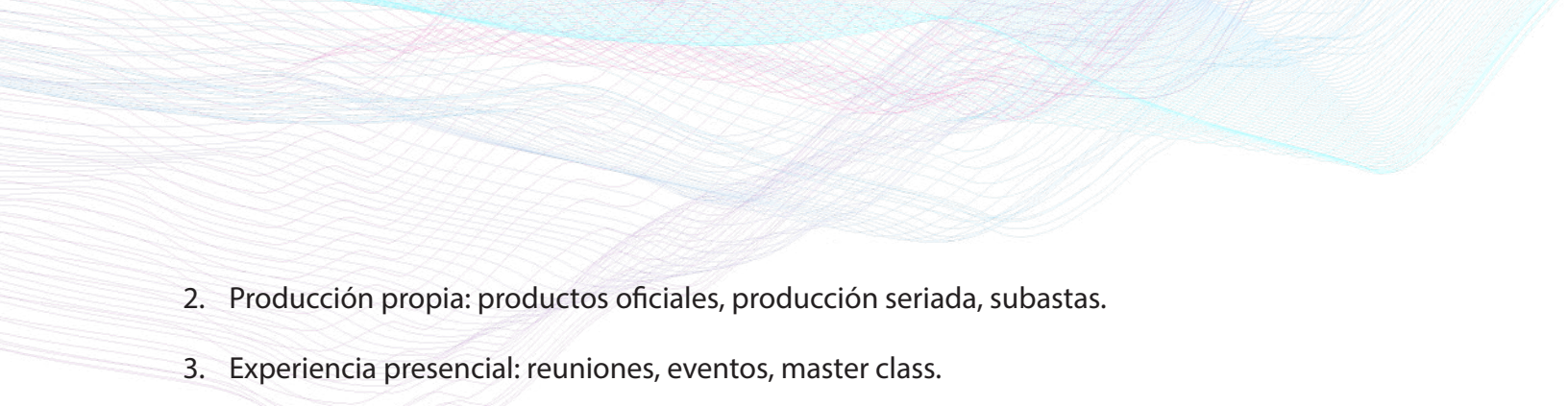
Filiación Institucional: Instituto Profesional Arcos

Asesor internacional, conferencista, investigador y formador en Emprendimiento Creativo y Cultural. Durante 12 años ha apoyado a cerca de cinco mil artistas, gestores culturales y creativos en países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá y Uruguay. Completa más de una docena de publicaciones sobre las Economías Creativas, como autor y colaborador. Sus investigaciones han sido referenciadas en políticas públicas y contenidos programáticos de universidades de la región. Autor de *Diversificar. Ingresos múltiples para creadores* (2020); *La ruta de emprendimiento naranja* (2018) PNUD, Colombia; y *Prácticas de emprendimiento creativo y cultural en América Latina* (2015) CORFO, Chile.

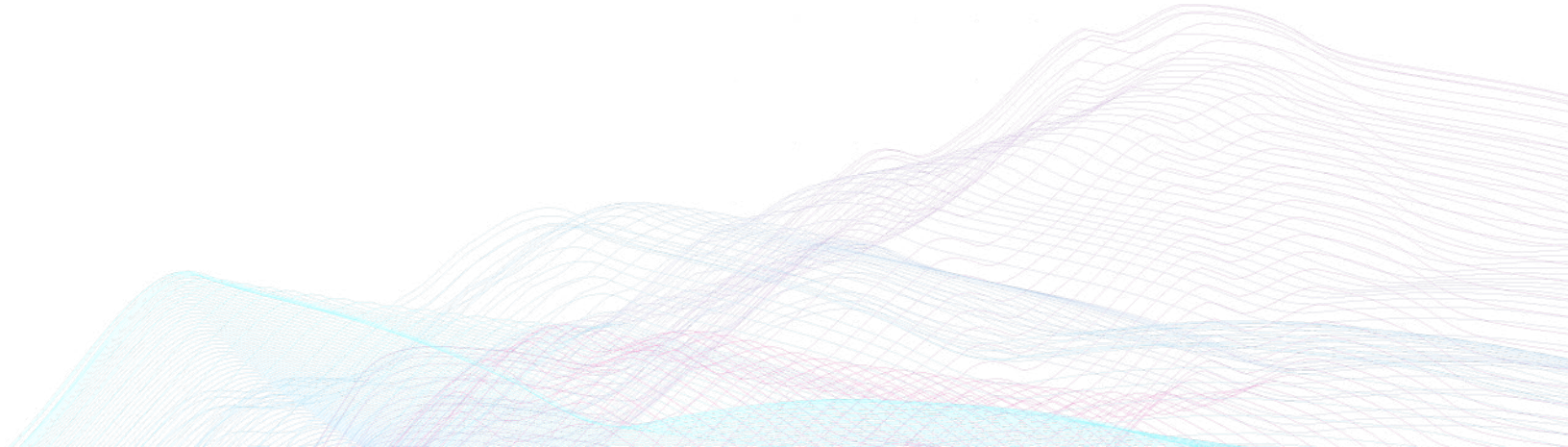
Diversificación para la sostenibilidad económica de creativos

La suspensión, cierre y cancelación en por lo menos un año y medio de museos, conciertos, proyecciones audiovisuales y espectáculos escénicos, galerías y exposiciones, producto de la situación de pandemia, permitió evidenciar caminos para mejorar las prácticas de emprendimiento creativo y cultural en Latinoamérica y el mundo. Uno de estos caminos conduce a la necesaria diversificación de las maneras de ser y hacer arte, aprovechando las tecnologías y las plataformas virtuales, para con ello contrarrestar el impacto que generó la imposibilidad de presencialidad en dichos escenarios artísticos. El alza en los consumos de productos digitales como la música, los libros, audiolibros, videojuegos, productos audiovisuales y la masiva suscripción a plataformas digitales durante ese tiempo, demostró a la industria artística una nueva e importante manera de generación de ingresos a partir de la abundancia de posibilidades de creación de contenidos; lo que permite que surja y se consolide un nuevo tipo de emprendedor dinámico: el emprendedor creativo (emprendedor camello: como concepto que se refiere al creador que diversifica). Para empezar a identificar esas maneras de diversificación, y cambiar el paradigma donde solo el 6% de los creativos monetizan su propiedad intelectual, Alex Paredes ilustra con 5 formas iniciales de generación de ingresos, de acuerdo con lo evidenciado en la red:

1. Regalías por derechos (royaltes): liquidación, comunicación pública, anticipos.

- 
2. Producción propia: productos oficiales, producción seriada, subastas.
 3. Experiencia presencial: reuniones, eventos, master class.
 4. Recaudación de fondos: donaciones, subsidios, inversión.
 5. Licencias: merchandising, franquicias, representación.

Cada una de estas subdivisiones se extiende hasta otras cincuenta adicionales, y su posibilidad de alcance efectivo debe pasar por tener en cuenta el factor de la empatía, como concepto base para lograr conexión con el público objetivo de cada creativo.





Nombre: Antonio Monasterio Labra

Decanatura: Música

Nacionalidad: Chile

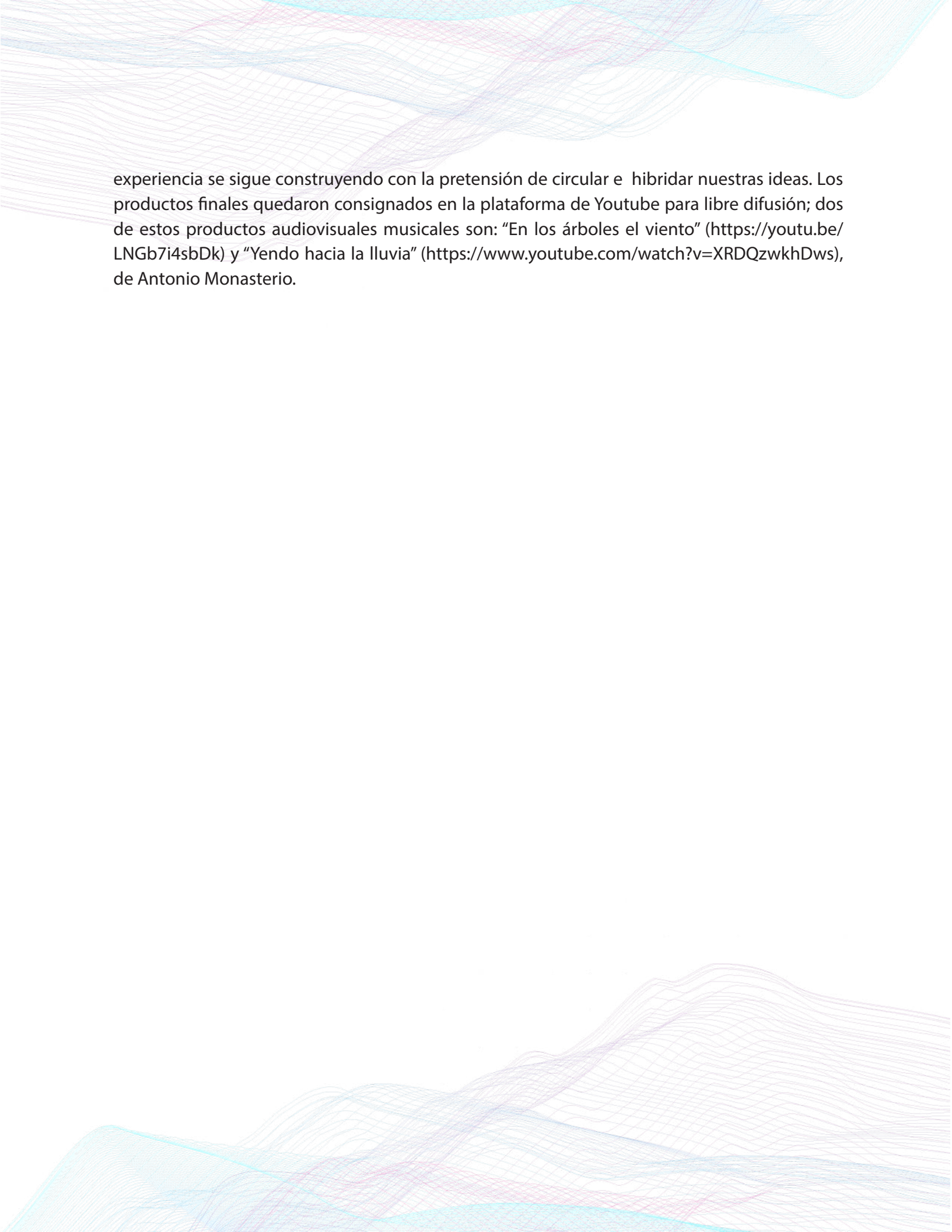
Filiación Institucional: Ninguna

Antonio Monasterio es licenciado en ciencias y artes musicales de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, con estudios en composición y flauta travesera en la misma casa de estudios. Se desempeña principalmente como músico compositor, oudista, multi-instrumentista y arreglista en diversos proyectos nacionales. Como compositor ha llevado su música a festivales de Japón, China, Corea del sur, Colombia, Bolivia, Paraguay, Argentina y a diversas ciudades de Chile. Se desempeña como monitor de orquesta y también como productor en el festival *A ras de cielo* de Valparaíso. En lo formativo ha dictado charlas y talleres sobre su música en universidades y escuelas de Beijing, La Paz, Santiago y Valparaíso.

ENSAMBLES HÍBRIDOS: proceso de residencia y creación mediado por la virtualidad

En el período de la pospandemia, y con la diversificación de las actividades desde la academia, el arte, la producción, la gestión, la circulación, entre otras cuestiones del sector afectadas por la situación mundial, IES Débora Arango decide hacer uso de las herramientas tecnológicas disponibles en la virtualidad y las redes, y se aventura a aprovechar la convocatoria realizada por Ibermúsica para generar espacios de convergencia musical donde se compartan experiencias desde distintos lugares sonoros del mundo. De allí nace la idea de los ensambles híbridos: cruces multiculturales a través de productos musicales. Como parte de la iniciativa de las *residencias artísticas*, donde se invita a un artista internacional para compartir su experiencia con nuestra comunidad académica, ahora se adopta la modalidad de residencias virtuales para trascender las fronteras a través de estos medios tecnológicos.

Como producto de ese ejercicio se generó el ensamble, con músicos de la institución (docentes y estudiantes), de dos obras del maestro chileno Antonio Monasterio y una obra del decano del Programa de la institución, Gustavo Díez. Para llevar a cabo esa iniciativa se realizaron ocho encuentros colaborativos con las herramientas que permite la virtualidad y con las sesiones dirigidas, algunas entrevistas a referentes y a artistas, y se generó una narración propia del encuentro y el proyecto; esto como estrategia para integrar y continuar con la iniciativa, así la



experiencia se sigue construyendo con la pretensión de circular e hibridar nuestras ideas. Los productos finales quedaron consignados en la plataforma de Youtube para libre difusión; dos de estos productos audiovisuales musicales son: "En los árboles el viento" (<https://youtu.be/LNGb7i4sbDk>) y "Yendo hacia la lluvia" (<https://www.youtube.com/watch?v=XRDQzwxhDws>), de Antonio Monasterio.



Nombre: Constanza Díaz Bilotto

Decanatura: Proyectos Culturales

Nacionalidad: Argentina

Filiación Institucional: Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas CONICET y Centro de Estudios en Administración – Facultad de Ciencias Económicas – UNICEN

Licenciada en Administración FCE – UNICEN – Argentina. Alumna del Doctorado en Administración FCE- UNICEN. Becaria Doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas CONICET en el Centro de Estudios en Administración CEA – FCE -UNICEN. Docente del área de Economía y Métodos Cuantitativos FCE – UNICEN.

El análisis de redes sociales; metodología y aplicaciones en industrias culturales y creativas

Ponencia presentada en compañía de la maestra Isabel Camio, en torno al funcionamiento pragmático de las redes sociales, estudiar sus mecánicas y dinámicas como una metodología aplicada en las nuevas industrias creativas y culturales, lo que resulta en aplicaciones funcionales para explicar fenómenos y comportamientos sociales, y con una utilidad aprovechable en las economías creativas. A través de la metodología ARS (Análisis de Redes Sociales), la investigación se concentra en el comportamiento de los actores sociales y en cómo las herramientas virtuales se convierten en factores imprescindibles para la innovación en las industrias culturales y en clusters de industrias creativas a partir de redes sociales.

La incorporación de los conceptos como: actor, vínculos, niveles de análisis, muestreo y visualización de redes sociales, son desarrolladas por las ponentes e investigadoras en la metodología ARS, lo que les permite describir la estructura de la red entera y de actores clave.

Las innovaciones en las industrias culturales y clusters de industrias culturales presentan en la actualidad la generación de creaciones híbridas y abren el panorama de las revoluciones estéticas y culturales en campos de gran alcance como los sectores creativos y sus mecanismos de transmisión de conocimientos. Las experiencias de vinculación que se abordan en estos estudios son propicias, pertinentes y necesarias, y dan elementos a la gestión cultural en la identificación de potencialidades para proponer nuevas ideas y para potenciar y organizar los sectores creativos de manera asertiva.



Nombre: José Luis Mariscal

Decanatura: Proyectos Culturales

Nacionalidad: México


Filiación Institucional: Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara

Doctor en Antropología Social. Es profesor investigador de la Universidad de Guadalajara. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (CONACyT) Nivel 1. Es gestor cultural y ha fungido como evaluador de diversos fondos culturales concursables. Coordina la Maestría y Doctorado en Gestión de la Cultura. Ha sido instructor de cursos y talleres en diversos diplomados e instituciones gubernamentales y educativas en el campo del diseño, desarrollo y evaluación de proyectos socioculturales. Diseñador y docente de programas educativos a nivel superior y posgrado relacionados con la gestión cultural; así como ponente y conferencista en congresos y encuentros de gestión cultural nacionales e internacionales.

Postura académica frente a la relación cultura y economías creativas

Desde la gestión cultural se ha generado en Latinoamérica una profesionalización para buscar soluciones a las necesidades del propio campo, realizando acciones de apropiación de herramientas y capacitación de los gestores en el territorio, para que sean capaces de desempeñar funciones operativas propias del campo. Las intenciones de la formación están dirigidas a la protección de derechos, temas de comunicación desde lo social y el impacto de la cultura en la economía.

La economía creativa tiene que ver con la generación y sistematización del conocimiento para potencializar sus habilidades en términos de producción, pero sobre todo, en la circulación del producto. Las economías creativas permiten ampliar las posibilidades de gestión en el territorio por medio de las nuevas tecnologías y obtener diferentes retribuciones como económicas o de posicionamiento. Entre los retos de la formación en gestión cultural, hay varios que son de principal importancia: vincular en los planes de estudio las técnicas para el manejo de herramientas asociadas a la transformación digital; e implementar nuevas metodologías para la generación de conocimiento, desde la investigación, adaptadas al propio lenguaje de la virtualización. Estos retos deben ser abordados por las instituciones formadoras de artistas y gestores, así como en temas culturales, donde las experiencias de digitalización deben generarse desde una lógica de la virtualidad.



Es importante también realizar un análisis desde el papel del estado, las industrias creativas, los derechos culturales y las posibilidades de los emprendimientos en temas de sostenibilidad del sistema cultural, como meta para la formación de programas en gestión cultural, pues la cultura digital es un derecho, y generar bienes y servicios potenciados mediante la transformación digital a través de alianzas con los locales desde el intercambio de experiencias culturales permitirá formar públicos de una manera estratégica. A partir de allí se pueden empezar a pensar en las brechas, encuentros y desencuentros, que se generan en la economía creativa neoliberal y mercantil, al transformar los productos a una lógica de mercado.



Nombre: Juan Carlos Pachón

Decanatura: Visuales

Nacionalidad: Colombia (residente en Estados Unidos)

Filiación Institucional: Ninguna

Maestro en Bellas Artes Universidad Nacional de Colombia, con más de 30 años de labor continua en la pintura y cerca de 17 años de docencia en Instituciones como Colegio Italiano Leonardo Da Vinci, Universidad Javeriana, Universidad de los Andes, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, EAFIT y Universidad Nacional. Entre las principales exposiciones están: “Nuevos nombres”, Biblioteca Luis Ángel Arango (1992); “Permanencias”, Galería Diners (1992); Salón Regional de Artistas, Medellín (1995); Salón Regional de Artistas, Bogotá (1996); ESTUDIOS DE VACÍO, Quito, Ecuador (2014); e INNER NATURE, Gainesville, Florida EEUU (2019). Autor de tres libros de poemas inéditos: ARCA ÁNGEL (1997), *ESGRITOS* (2015), *POSTEMAS* (2020).

Historia de supervivencia de un espacio cultural y de mi propia supervivencia

En esta ponencia, Juan Carlos Pachón nos relata su experiencia con una galería de arte en Gainesville (una pequeña ciudad en Estados Unidos), que sufrió las consecuencias de la inasistencia generada por la pandemia. Así como su propia historia personal, la de la galería pasa por vicisitudes que generan nuevas ideas e iniciativas para retomar un camino de visibilización en el mundo del arte. La galería está en una casa de construcción antigua y con obras de más de cincuenta artistas (algunas de estas de difícil manipulación para su correcto cuidado), y fue cedida para su recuperación, por parte del dueño, al mismo Pachón. Nos relata en su ponencia los detalles de la recuperación de la galería a través de una exposición que convertía la galería entera en una obra de arte, construida y conformada a partir de todas las obras que allí se hallaban, antes descuidadas y en el caos del olvido.



Nombre: Xavier Villanova

Decanatura: Escénicas

Nacionalidad: México

Filiación Institucional: Ninguna

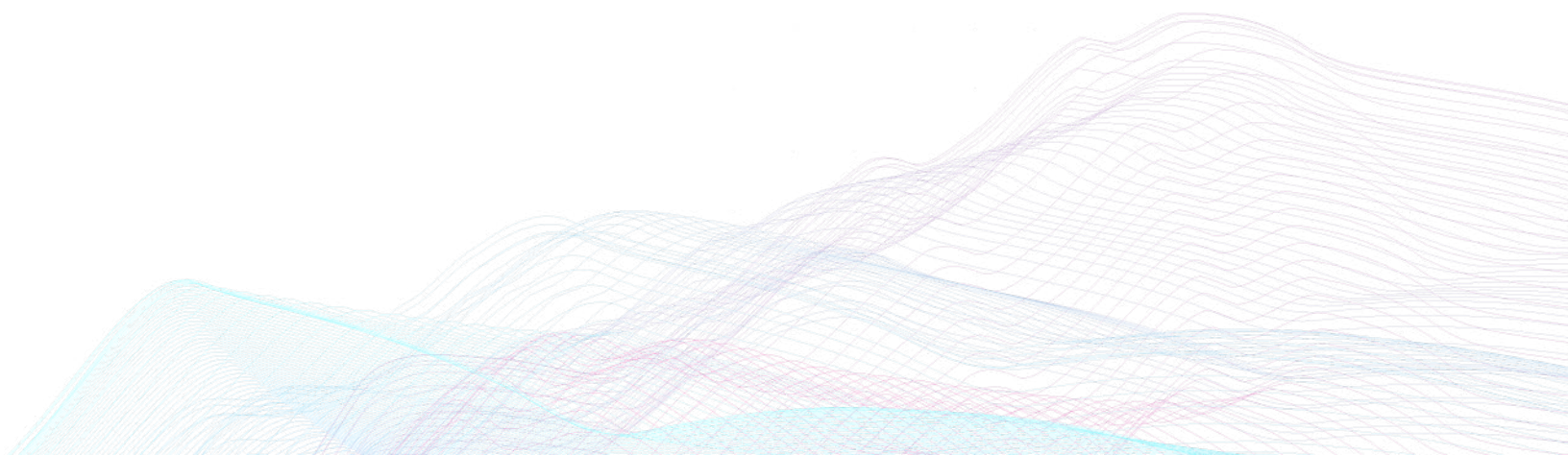
Escritor Honorario por la Universidad de Iowa en 2017 y becario del programa Jóvenes Creadores 2020-21 del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes en dramaturgia. Su obra cuenta con presencia internacional, destacando en su trayectoria su participación en el Global Latin American Theatre Voices en el Round House Theatre de Londres 2019, su estadía como autor residente del prestigioso "International Writing Program" de la Universidad de Iowa en 2017 y el registro de su obra en el Archivo Hispánico de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos (LOC) digitalizado en su voz. Ha sido merecedor del Premio Nacional de Dramaturgia Emilio Carballido UANL 2010 y fungido como asesor del Conversatorio Latino de Teatro en Nueva York.

Bases para el desarrollo e implementación de un modelo escénico sustentable todoterreno

Esta ponencia plantea el concepto de modelo escénico todoterreno; es decir: obras de teatro que funcionen con facilidad en todo lugar a donde se la lleve. Si hacemos la analogía entre la obra de teatro y una camioneta grande que con sus llantas cruza todos los caminos, tenemos que la obra de teatro debe pensarse no solo desde lo artístico, sino también desde la planeación de su costo económico y de tiempo invertido en su creación, desarrollo y presentación. En este punto, Villanova cuenta su experiencia con la obra *Movimiento íntimo*, en un ejercicio de producción que implicó llevar obras de teatro con duraciones relativamente breves y puestas en escena en espacios no convencionales como casas, recintos cerrados como bares, discotecas, ciertos lugares empresariales o en la calle. Todas esas prácticas no funcionan como debe ser si no se tiene en cuenta la parte económica. Esa parte empresarial es la que muchas veces falta en las producciones artísticas del teatro latinoamericano. La obra de arte contemporánea de teatro debe estar ideada y desarrollada desde todas estas variantes, lo aprendido de la técnica clásica en la universidad y luego en las búsquedas personales, pues en el ámbito laboral artístico deben aflorar los aprendizajes que se renuevan permanentemente.

La idea que se concibe, entonces, es la de generar eventos de entretenimiento emocional. Es la propuesta de no hacer más teatro, sino creaciones que llenen de sentido no sólo las vidas artís-

ticas sino también económicas. la pregunta final a modo de conclusión es ¿hasta cuándo nos vamos a quedar haciendo el mismo teatro de oropel? Esto sin obviar que estudiar teatro desde la dramaturgia clásica, es un buen principio, pero debe lograr desarrollarse mucho más allá. Villanova cierra con la siguiente idea su ponencia: ¿Qué falta en el mercado? No pensar en tu obra, pensar en el consumidor y qué necesita o qué quiere ver. Tu obra no es lo más importante, lo más importante es el consumidor.





... **Talleristas**



Nombre: Juan Felipe Londoño

Nacionalidad: Colombia

Filiación Institucional: Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango Institución Redefinida

Magíster en Gestión Cultural de la Universidad Nacional de Colombia con énfasis en Planeación y Políticas Culturales de la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en Gestión Cultural, licenciado en Educación Básica con Énfasis Artístico y Cultural: Música de la Universidad la Universidad de Antioquia, Licenciado en Educación Artística y Cultural de la Universidad de San Buenaventura. Se desempeña como decano de los programas de Proyectos Culturales en la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, donde lidera procesos de construcción y ejecución de proyectos culturales en el marco de las industrias creativas y culturales. Además, es docente de cátedra en el Instituto Tecnológico Metropolitano ITM de Medellín.

¿Gestión artística o cultural? Un acercamiento conceptual desde las economías creativas

Este taller quiere hacer claridades en torno a la diferencia entre la gestión artística y la gestión cultural. Para ello, se parte de un ejercicio didáctico interactivo sobre la misma definición de la palabra “cultura” donde algunos de los participantes del taller escriben lo que entienden por esa palabra, teniendo en cuenta que es un concepto que tiene casi doscientas acepciones posibles desde diferentes ámbitos humanos: sociología, antropología, administración, pedagogía, economía, etc. De allí parte la idea de que a la hora de gestionar los proyectos culturales se debe tener en cuenta que se pueden orientar desde muchísimas perspectivas y no solo desde la artística, pues la definición de cultura incluye todas las prácticas, costumbres, creencias, formas de comunicación y conocimientos de los diferentes grupos humanos. Basados en el concepto macro dado por la Unesco para este concepto encontramos que el arte es solo un componente particular de la cultura.

Una vez ilustrada esa claridad se analizan ya en sí lo que son las prácticas artísticas a través de los temas que a ellas le atañen: formación, referentes, creatividad e innovación, con un enfoque hacia las economías sostenibles y las economías creativas. Esto nos permite diferenciar los roles de un gestor artístico (que se concentra en la generación de productos para el disfrute, el entretenimiento y la difusión de ideas y emociones), del rol de un gestor cultural (que cubre muchos más aspectos de desarrollo, promoción y bienestar de los grupos humanos); ambos orientados a cambiar la sociedad desde diversos enfoques. De allí surge el tema de las industrias culturales,

sectores que son los que aplican la cadena de producción de todas esas actividades de las que se nutre la sociedad, entre ellas las relacionadas con las industrias creativas, en las que ya está inmersa la valoración de la propiedad intelectual e industrial.

En este punto el taller se dirige hacia la ilustración acerca de los componentes generales del ecosistema creativo contemporáneo:

1. Artes y patrimonio: visuales, escénicas, turismo, gastronomía, artesanía, arquitectura, etc.
2. Industrias culturales: editorial, fonográfica y audiovisual.
3. Industrias creativas, nuevos medios y software de contenido: medios digitales, diseño y publicidad.

Con este panorama clarificado se llega a la cadena de valor de las ideas/obras, un esquema donde los eslabones que lo componen deben estar interconectados para que los proyectos artísticos y culturales funcionen exitosamente:

1. Formación: información cultural (signos, símbolos, conceptos, sabidurías, conocimientos)
2. Creación: ideas, obras, innovación.
3. Producción: ciclos de materialización.
4. Distribución: comercialización, ubicación del producto.
5. Difusión: comunicación y mercadeo cultural.
6. Consumo: apropiación.

Se finaliza el taller con una recomendación sobre las agrupaciones artísticas: deben concebirse como un modelo de negocio para generar recursos económicos o capital simbólico, y que hagan uso de las estrategias de: cocreación, modelo asociativo, decisión de formalización y conexiones en el sector. La gestión es el camino.



Nombre: Oscar Poli Gomitolo

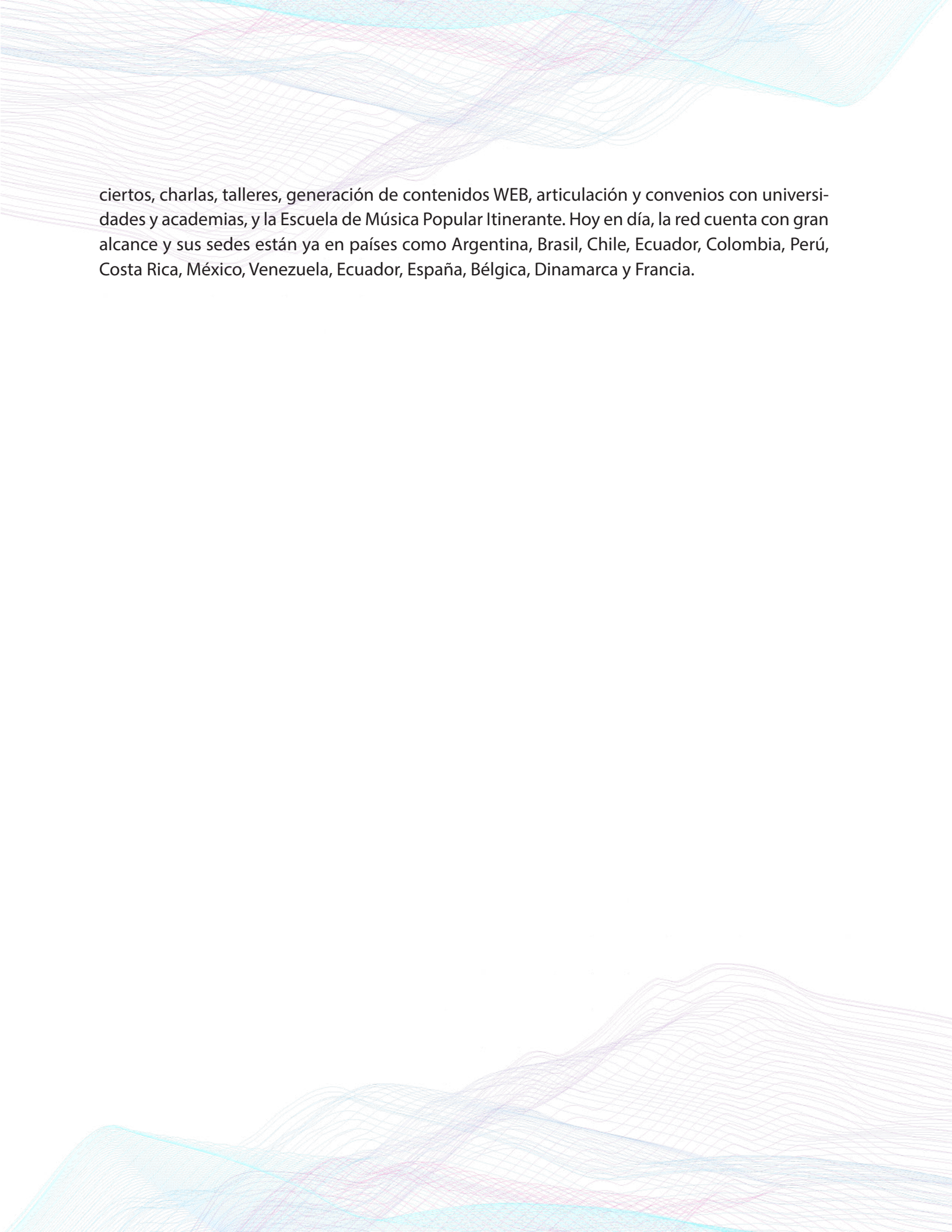
Nacionalidad: Argentina

Filiación Institucional: Líder y fundador de la Red de Músicas Populares Sonamos Latinoamérica.

Músico, docente y gestor cultural nacido en Santa Fe (Argentina), dedicado al estudio de cordófonos latinoamericanos, en especial a los de la familia de los charangos. Fue integrante de varios ensambles que lo llevaron a grabar varios discos editados en Argentina y Francia. Como cesionista participó de numerosos proyectos discográficos de Latinoamérica y Europa. Como solista obtuvo numerosos premios y menciones. Su carrera musical, de más de 30 años de trayectoria, lo ha llevado a recorrer importantes escenarios de Argentina, México, Colombia, Venezuela, Perú, Chile, Ecuador, Brasil, Uruguay, Bolivia, Francia, Suiza, Bélgica, Italia, España, Dinamarca y Suiza. Es fundador y líder de la Red de Músicas Populares "Sonamos Latinoamérica" con sedes en 50 ciudades de 14 países.

Trabajar en Red

A partir del panorama y los nuevos contextos en que nos deja la pandemia, este taller se centra en las implicaciones, posibilidades y oportunidades que se generan al trabajar en el modelo de redes. Para ello se entabla una conversación amena con el músico y gestor cultural argentino Nicolás Ortiz, fundador del proyecto llamado Sonamos Latinoamérica, una red que lleva 17 años de funcionamiento y desde el principio ha tenido la misión de tejer canales para la difusión de las músicas populares de la región. En su logo está dibujado un pequeño muñeco que representa el Ekeko (que en el occidente andino es el símbolo de la abundancia), y las ideas que difunde parten del sonar desde la música, pero también desde el ruido, las palabras, los gritos, los llamados y las manifestaciones de la cultura latinoamericana; su propósito es coordinar a diferentes músicos y gestores culturales que consoliden redes de circulación de nuestras músicas, inscribiéndose dentro de los procesos históricos y culturales de la región. Durante los años de funcionamiento de esta red les ha permitido conocer y enfrentar los problemas inherentes a la producción artística, las relaciones entre el arte y la política, la cultura y la sociedad; todo lo que conduce a pensar la región desde puntos de vista que tratan de acoger a la mayor diversidad de actores del panorama musical desde todas las regiones, estratos y niveles de productos artísticos posibles; esto sin dejar de lado un criterio que valore el *hecho artístico construido* con formas, contenidos y significados relevantes y representativos. Finalmente, se muestran y explican los nodos que componen la Red de Circulación de Músicas Latinoamericanas Sonamos Latinoamérica: festivales, sello discográfico, revista digital y física, proyectos de formación, con-



ciertos, charlas, talleres, generación de contenidos WEB, articulación y convenios con universidades y academias, y la Escuela de Música Popular Itinerante. Hoy en día, la red cuenta con gran alcance y sus sedes están ya en países como Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Colombia, Perú, Costa Rica, México, Venezuela, Ecuador, España, Bélgica, Dinamarca y Francia.

...

MESA ACADÉMICA DE MÚSICA



La experiencia de los Grupos Artísticos Institucionales en la Universidad Nacional de Colombia, casos: Rock Coral, Danza, Danza Andina de los Pastos, y el proceso de adaptación a los nuevos medios de proyección en medio del COVID-19



Autores

Adriana Giraldo Zuluaga
lagiraldoz@unal.edu.co

Carlos Andrés Restrepo Espinoza
carloscantante@gmail.com

Marisella Bravo de la Rosa
marice.br@hotmail.com

Universidad Nacional de Colombia
Medellín, Colombia

Resumen

La Universidad Nacional de Colombia – Sede Medellín, desde Bienestar Universitario, cuenta con 16 grupos artísticos institucionales dedicados a la música, la danza y las artes teatrales cuyas actividades, ensayos y producciones siempre se han desarrollado de manera presencial.

Debido a la pandemia del COVID-19 los grupos tuvieron que encontrar nuevas maneras para ensayar y para visibilizar los resultados de sus producciones artísticas, para lo que tuvieron que aprovechar diferentes herramientas tecnológicas y de esa manera demostrar que seguían vivos en el mundo artístico, de alguna manera.

A través de esta ponencia se buscó evidenciar las dificultades a las que se enfrentaron los directores y los integrantes de los grupos artísticos institucionales, seleccionando



una muestra de tres de los grupos Rock Coral UNAL, Danza UNAL, Danza Andina de los Pastos UNAL, y se pudo observar cómo los espacios físicos de la Universidad donde normalmente se realizaban los ensayos fueron transformados por los espacios virtuales, donde ya había que pensar en sincronización, conexión e imágenes.

Adicionalmente, resaltamos los beneficios que estas mismas tecnologías ofrecieron a los integrantes de los Grupos Artísticos Institucionales, para no perderse del proceso, seguir juntos, aunque en la distancia, y seguir apostando a la creación artística así fuera desde la virtualidad.



Palabras clave: grupos artísticos institucionales, arte, nuevos medios.

Abstract

The National University of Colombia - Medellín Headquarters, has from University Welfare with 16 institutional artistic groups that belong to music, dance and theater arts. These groups have always developed their rehearsal and production activities in person.

With the COVID-19 Pandemic, the groups had to find new ways to rehearse, and to make the results of their artistic productions visible, for which they had to take advantage of different technological tools, and in that way demonstrate that they were still alive in some way.

The presentation will seek to show the difficulties faced by the directors and members of the institutional artistic groups, selecting a sample of three of the groups Rock Coral UNAL, Danza UNAL, Danza Andina de los Pastos UNAL and how the physical spaces of the University where the rehearsals were normally carried out, were transformed by virtual spaces, where it was necessary to think about synchronization, connection, images.

But also the benefits that these same technologies allowed the members of the institutional artistic groups, so as not to get lost in the process, to continue together, although at a distance and to continue betting on artistic creation, even if it were from virtuality.



Key words : institutional artistic groups, art, new media.

Perfil de los autores

Adriana Giraldo Zuluaga

Comunicadora Social Periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana, Magíster en Gestión Cultural de la Universidad de Antioquia. Estudiante de la especialización de Economía de la Cultura de la Universidad Nacional – Sede Medellín. Jefe de la Sección de Cultura de Bienestar Universitario de esa misma universidad desde hace 12 años. Docente universitaria desde hace 15 años e integrante de Rock Coral UNAL. Su experiencia laboral la ha adquirido en importantes empresas del sector cultural como: La Casa del Teatro de Medellín, Corporación Cultural Vivapalabra, Corporación La Polilla, Corporación Carantoña, y el Museo Cementerio de San Pedro.

Carlos Andrés Restrepo Espinoza

Egresado de la Universidad Pontificia Bolivariana en Licenciatura en Formación Estética, Magíster en Literatura. Ha estado en la dirección de Rock Coral UNAL durante 18 años, tiempo en el que se ha hecho reconocer positivamente por su estilo particular de enseñanza y presentación.

Marisella Bravo de la Rosa

Licenciada en Educación Artística de la Universidad Pontificia Bolivariana y Licenciada en Danza de la Universidad de Antioquia. Parte de su formación la recibió en la Escuela Popular de Arte (EPA) como Técnica en Danza Tradicional. Marisela se ha desempeñado como intérprete de danza por más de quince años, participando en diferentes festivales, encuentros y foros nacionales e internacionales, enfocados a la divulgación de nuestras tradiciones danzarias y al entrenamiento técnico, así como a las metodologías y didácticas en la enseñanza de la danza. Lleva 6 años dictando los talleres y dirigiendo el Grupo de Danza UNAL, y el Grupo de Danza Andina de los Pastos UNAL desde hace 18 años.



Plan de Reactivación Económica: Nuestra Música con Vos

*Análisis y propuesta de reactivación económica para la música nacional
Unión del Sector de la Música de Colombia*



Autores

Sara Melguizo Gavilanes
usmcolombia@revistamusica.com

Nicolás Ortiz Contreras
nortiz@deboraarango.edu.co

Carlos Andrés Zapata Gil
carlosgil@deboraarango.edu.co

Unión del Sector de la Música de Colombia (USM)
Medellín, Colombia

Resumen

Con o sin pandemia, la precariedad laboral en las artes escénicas ha sido una constante en su práctica. En el actual Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, a través de la creación de distintos programas y estímulos que incentiven la formalización y la creación de empresas, la Economía Naranja funge como una aparente solución a tal situación. Pese a ello, la pandemia ha desnudado lo evidente, dado que durante la COVID-19 las primeras afectaciones de la economía nacional empezaron a ser visibles



en el sector de las llamadas “industrias culturales”, la suspensión de espectáculos públicos, la suspensión de servicios turísticos y las cadenas de valor relacionadas a estos sectores evidenciaron lo frágiles que son. Fedesarrollo -en tal sentido- afirma que la economía de la cultura en nuestro país tiene un decrecimiento de 14.8% y es, sin duda, uno de los sectores de la economía nacional más golpeados por la crisis sanitaria.

Lo paradójico de este panorama es que la música en un contexto global fue uno de los grandes medios de comunicación que surgieron como formas expresivas y resilientes para fortalecernos como sociedad a través de un mensaje esperanzador. En ese sentido la pandemia permitió evidenciar una contradicción, ya que en diferentes países, durante el confinamiento, diversos públicos se beneficiaban de contenidos producidos de manera altruista por numerosos músicos, contribuyendo al entretenimiento, a la salud mental de los públicos receptores, al mejoramiento y mitigación de la calidad de vida durante la pandemia y a las reflexiones de todo tipo asociadas a la crisis del confinamiento.

En este escenario surge la pregunta: ¿Cómo volver a capitalizar el sistema económico de la música nacional en el marco de la llamada “reactivación”? Esta pregunta conlleva a respuestas inmediatas y a veces obvias; sin embargo la USM ve en este contexto una oportunidad para reflexionar sobre las políticas de incentivo y fomento y las relaciones históricas del sector musical con el Estado colombiano.

Así entonces surge la propuesta “Plan de Reactivación Económica: Nuestra Música con Vos”, bajo las siguientes premisas:

- Es relevante y necesario hacer y retomar un ejercicio “tarifario”, en donde se establezcan pisos mínimos y éticos para valorar el trabajo profesional de las artes. Por esta razón, esta propuesta hace un estudio sobre las condiciones ideales tarifarias de diferentes propuestas musicales, en el servicio principal de la actividad musical: el evento de representación en vivo.
- Una vez establecido este marco económico, y a partir de estos resultados, se establece una “estrategia de garantía de compra” por parte del Estado, entendiendo que la inyección de capital al corazón de la actividad musical (la representación de música en vivo) termina irrigando y reactivando todo el sistema de valor de esta industria; siempre y cuando se establezca una mirada de mediano y largo plazo.
- Por último, se reflexiona sobre el fenómeno del consumo cultural, la “formación de públicos”, el desarrollo de audiencias y las relaciones del sector artístico con los instrumentos de fomento de la política cultural, proponiendo un nuevo paradigma sobre la relación y las miradas para el fomento y la difusión del capital cultural.



Palabras clave: reactivación económica, economías creativas, sector de la música, tabla tarifaria, Unión del Sector de la Música.



Abstract

With or without a pandemic, job insecurity in the performing arts has been a constant in its practice. In the current 2018-2022 development plan, through the creation of different programs and incentives that encourage the formalization and creation of companies, the “orange economy” serves as an apparent solution to this situation.

Despite the above, the pandemic has exposed the obvious, given that during COVID-19 the first effects on the national economy began to be visible in the so-called “cultural industries” sector; the suspension of public shows, the suspension of tourist services and the value chains related to these sectors showed how fragile such industries are. Fedesarrollo -in this sense- affirms that the economy of culture in our country has a decrease of 14.8% and is, without a doubt, one of the sectors of the national economy hardest hit by the health crisis.

The contradiction of this panorama is that music in a global context was one of the great means of communication that emerged as expressive and resilient forms to strengthen us as a society through a hopeful message. In this sense, the pandemic made it possible to show a contradiction, since in different countries during confinement, different audiences benefited from content produced altruistically by numerous musicians, contributing to entertainment, to the mental health of the recipient audiences, to the improvement and mitigation quality of life during the pandemic and reflections of all kinds associated with the confinement crisis.

In this scenario, the question arises: How to re-capitalize the economic system of national music within the framework of the so-called “reactivation”?

This question leads to immediate and sometimes obvious answers; However, the USM sees in this context an opportunity to reflect on the incentive and promotion policies and the historical relations of the music sector with the Colombian State.

So then the proposal “Economic Reactivation Plan: our music with you” arises, under the following premises:

- It is relevant and necessary to carry out and resume a “tariff” exercise, where



minimum and ethical levels are established to value professional work in the arts. For this reason, this proposal makes a study on the ideal rate conditions of different musical proposals, in the main service of the musical activity: the live performance event.

- Once this economic framework is established, and based on these results, a “purchase guarantee strategy” is established by the State, understanding that the injection of capital into the heart of the musical activity (the representation of live music), ends irrigating and reactivating the entire value system of this industry; as long as a medium and long-term look is established.
- Finally, it reflects on the phenomenon of cultural consumption, the “formation of audiences”, the development of audiences and the relations of the artistic sector with the instruments of promotion of cultural policy, proposing a new paradigm on the relationship and the views for the promotion and diffusion of cultural capital.

Key words: economic reactivation, creative industries, sector of music, tariff table, Union of the Music Sector.

Fuentes bibliográficas

- Bourdieu, P. (2014). El sentido social del gusto. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- Grimson, A. (2007). Cultura y neoliberalismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO.
- Towse, Ruth, ed. (2011). Un manual de economía cultural . Cheltenham: Edward Elgar Publishing
- Towse, Ruth (2014). Introducción avanzada a la economía cultural. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.



Perfil de los autores

Sara Melguizo Gavilanes

Comunicadora Social y periodista de la UPB, Magíster en Gestión Cultural de la UdeA. Realizadora radial, docente universitaria, auxiliar de investigación, asesora nacional e internacional (Perú, Brasil y Chile). Fundadora en 2008 del programa radial "Revista Música con sonidos". Estudios de música con énfasis en flauta travesa. En 2003 fundó y dirige la Corporación Revista Música, dedicada al registro y difusión de la música. Creadora y participante en los proyectos "Aquí Suena Medellín", "¿Cómo va tu proyecto?", y "Plan Anfitrión". Líder fundadora (2009) de la Unión del Sector de la Música. Lideró el PL ¡La música nos toca!, radicado en 2017. Ganadora en 2018 del premio Referentes al Arte y la Cultura de Medellín. En 2019 creó y dirigió la serie documental "Memorias de un sector artístico de Medellín". En 2020 asesoró al Ministerio para la caracterización del sector. En 2021 participó como jurado para el programa de Concertación y el Festival Altavoz. Actualmente hace parte del equipo del Plan decenal de Cultura para Medellín.

Nicolás Ortiz Contreras

Intérprete Superior en Flauta Travesa de la Universidad Católica de Chile. Licenciado en Comunicación con título Periodista de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Técnico Superior en Gestión Cultural y Producción de Eventos; y Diplomado en Diseño, Evaluación y Formulación de Proyectos Culturales. Es docente de cátedra y Líder Curricular del Programa de Proyectos Culturales la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, miembro de la Unión del Sector de la Música de Colombia

Carlos Andrés Zapata Gil

Músico, investigador y tiplista de la ciudad de Medellín, es Magíster en músicas de América Latina y del Caribe en cuyo programa obtuvo distinción meritoria como *magna cum laude* por el trabajo de investigación creación TIPLE LOOP: "Exploraciones tímbricas con el tiple y una estación LOOP". Actualmente es docente y gestor cultural en áreas asociadas a las músicas de tradición oral latinoamericana, licenciado en música de la Universidad de Antioquia y actualmente docente de la Escuela Superior tecnológica Débora Arango. Hace parte de distintas agremiaciones y sociedades como ACINPRO, La Unión del Sector de la Música (USM), y el colectivo de artistas El Pauer.



Estrategia de co-creación: Toquemos juntos



Autor

Gustavo Adolfo Díez
decanaturamusica@deboraarango.edu.co

Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango
Institución Redefinida
Envigado, Colombia

Resumen

La vida a menudo nos presenta retos y nos exige tomar decisiones para responder a situaciones adversas. El confinamiento nos sorprendió con un cúmulo de demandas abrumadoras; ser coherentes en semejantes circunstancias no era fácil ni se vislumbraban soluciones viables ni convincentes que nos permitieran dar respuesta a los desafíos planteados por tal principio de realidad, debido a las imbricaciones entre lo administrativo, lo tecnológico, lo académico y lo disciplinar.

Esta experiencia formativa en los programas de prácticas musicales nace en el contexto de la pandemia, transversalizada por la virtualidad como medio de comunicación y relacionamiento social; ello implicó la apropiación en la utilización de herramientas tecnológicas y modificó de manera significativa las interacciones sociales, culturales y productivas que configuraban hasta entonces el quehacer de nuestra comunidad académica; más aún, se trastocaron los campos de sentido afectando los procesos de creación, producción y difusión de contenidos que frente



a una realidad apremiante demandaban una nueva perspectiva epistemológica que re-significara las prácticas musicales.

Los Proyectos Formativos Integradores, condición exegética de nuestro modelo pedagógico que articula todas las acciones de formación del programa, se ajustaron al flujo ineludible de la mediatización como posibilidad que, a través de la virtualidad, permitió establecer encuentros de manera sincrónica y asincrónica, lo cual incidió en el componente emocional y afectivo de las relaciones interpersonales, así como en los modos de producción, circulación y difusión de los productos resultantes de los procesos de aula, grupos de proyección y las preguntas problematizadoras de los proyectos de investigación-creación.

La práctica instrumental de cara a las mediaciones virtuales derivadas del contexto de pandemia que vivimos exigió un trabajo de sensibilización y comunicación asertiva de parte de la decanatura con docentes y estudiantes.

En cumplimiento de los propósitos de formación que exigen el desarrollo performático de cada intérprete, se orientó a la elaboración de productos y contenidos audiovisuales desde el formato "video collage" que aportó, desde un trabajo colaborativo, la evidencia del desempeño musical, lo que a la postre configuró las nuevas formas de generar producto artístico de alta calidad, sin renunciar a las declaraciones de nuestro modelo pedagógico y atendiendo a los nuevos aprendizajes que derivan del contexto educativo actual.

Palabras clave: práctica instrumental, video collage, virtualidad, proyectos formativos integradores.



Abstract

Life often presents us with challenges and requires us to make decisions to respond to adverse situations. The confinement surprised us with an accumulation of overwhelming demands; Being consistent in such circumstances was not easy, nor were viable or convincing solutions in sight that would allow us to respond to the challenges posed by such a principle of reality due to the interweaving between the administrative, the technological, the academic and the disciplinary.

This training experience in musical practice programs was born in the context of the pandemic, mainstreamed by virtuality as a means of communication and social re-



lations; this implied the appropriation in the use of technological tools and significantly modified the social, cultural and productive interactions that configured until then the work of our academic community; Furthermore, the fields of meaning were disrupted, affecting the processes of creation, production and dissemination of content that, faced with a pressing reality, demanded a new epistemological perspective that would re-signify musical practices.

The Integrative Training Projects, exegetical condition of our pedagogical model that articulates all the training actions of the program, were adjusted to the inescapable flow of media coverage as a possibility that, through virtuality, allowed establishing meetings in a synchronous and asynchronous manner, which It affected the emotional and affective component of interpersonal relationships, as well as the modes of production, circulation and dissemination of the products resulting from classroom processes, projection groups and the problematic questions of research-creation projects.

The instrumental practice in the face of virtual mediations derived from the context of the pandemic that we are experiencing, required awareness-raising and assertive communication on the part of the deanship with teachers and students.

In compliance with the training purposes that require the performative development of each performer, it was oriented towards the development of audiovisual products and content from the "video collage" format that provided, from a collaborative work, the evidence of musical performance, which the dessert configured the new ways of generating high-quality artistic product, without giving up the declarations of our pedagogical model and attending to the new learning that derives from the current educational context.

Key words: instrumental practice, video collage, virtuality, integrative training projects.



Perfil del autor

Gustavo Adolfo Díez

Destacado cultor de la música andina colombiana a la que ha dedicado su vida paralelamente con el ejercicio docente. Magister en Músicas de América Latina y el Caribe con énfasis en investigación creación, egresado del programa de Música de la Escuela Popular de Arte “EPA” y Licenciado en Educación Artística y Cultura Musical en Universidad de Antioquia. Es arreglista, compositor e intérprete y, actualmente, se desempeña como Decano del programa de Música de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango (es miembro fundador).

Director artístico e instrumentista. Ha sido maestro acompañante, jurado calificador, arreglista y compositor en múltiples eventos, entre los que se destaca Antioquia vive la música. Ha realizado producciones discográficas con Sonolux, Sony Music, Discos Fuentes, Discos Victoria y Colmúsica, entre otras tantas. Se ha desempeñado como tutor de becas de creación en las convocatorias del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia y jurado en las convocatorias en la misma organización. Sus productos artísticos abarcan varios géneros como la música andina colombiana, boleros, son cubano, salsa, baladas, tango y tropical.



Que suene la banda



Autores

Carlos Hernán Méndez Díaz
cmendez@uceva.edu.co

Gustavo Adolfo Jaramillo Tascón
gjaramillo@uceva.edu.co

Unidad Central del Valle del Cauca
Tuluá, Colombia

Resumen

Hacer una historia de la banda de Luis Mario Lopeza o de cualquier banda, es algo que se entronca con la crónica de todas las bandas, de la historia de la música y la sociología del arte. Paralelamente a sus presentaciones, esta banda se consolidó como centro de capacitación, de docencia musical y como semillero de proyectos de vida. Esta articulación tripartita permite presentar a esta banda legendaria como fruto de una madurez de proyecto y de reflexiones mejoradoras sobre la marcha. La capacitación musical ha permitido mejorar de modo incesante el nivel técnico en aspectos como afinación, técnica instrumental y armonía, y ha permitido la aparición de intérpretes de calidad notoria. Algunos de estos integrantes han descollado en orquestas regionales y otros han llegado a siales en bandas del extranjero.

En cuanto a las presentaciones, el inventario en tal sentido es prácticamente inabarcable, siempre con un común denominador, que es la calidad que el público, versado o no en el lenguaje musical, admite como impactante y artísticamente agradable para el auditorio. A lo anterior debe añadirse que se ha borrado la imagen del músico



como un bohemio amante de la embriaguez y dipsómano consuetudinario para dar paso a la imagen de un profesional con educación superior en el sagrado arte de la música, en especial de la música fina.

Tanto la banda Santa Cecilia, como la de la UCEVA Luis Mario Lopeña han colaborado con una pedagogía socializante en grado sumo, difundiendo música de categoría tanto armónica como melódica, con todo el registro instrumental del que dispone un arsenal de banda, desde percusión hasta vientos.

Los maestros Lopeña y Jaramillo son ya referentes incontrovertibles de la cultura artística vallecaucana y de Colombia. Han formado la cultura musical de generaciones, han permitido un proyecto vital para sus integrantes y, por encima de todo, han dado una lección de buen gusto, disciplina y entrega total al sublime arte musical.

Palabras clave: banda musical, proyecto de vida, formación musical.



Abstract

Making a history of Luis Mario Lopeña's band or of any band, is something that is connected with the chronicle of all the bands, of the history of music and the sociology of art. Parallel to their presentations, this band was consolidated as a training and music center and as a seedbed for life projects. This tripartite articulation allows to present this legendary band as the fruit of the maturity of the project and of improving reflections on the development of itself. Musical training has made it possible to constantly improve the technical level in aspects such as tuning, instrumental technique and harmony and has allowed the appearance of interpreters of notorious quality. Some of these members have excelled in regional orchestras and others have reached seats in foreign bands. As for the presentations, the inventory in this sense is practically endless, always with a common denominator, which is the quality that the public, versed or not in the musical language, admits as impressive and artistically pleasant for the audience. It must be added that, the image of the musician as a drunk bohemian and customary dipsomaniac has been erased to give way to the image of a professional with higher education in the sacred art of music, especially fine music.



Both the Santa Cecilia band, and the Uceva band, Luis Mario Lopedá, have collaborated with a highly socializing pedagogy, spreading both harmonic and melodic category music, with all the instrumental register available to a band arsenal, from percussion to winds.

The teachers Lopedá and Jaramillo are already incontrovertible references of the artistic culture of Valle del Cauca and Colombia. They have shaped the musical culture of generations, they have allowed a vital project for their members and above all, they have given a lesson in good taste, discipline and total dedication to the sublime art of music.

Key words: musical band, life project, musical training.

Perfil de los autores

Carlos Hernán Méndez Díaz

Magister en Educación de la Universidad Católica de Manizales, 2013. Especialista en Gerencia Educativa con énfasis en Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Manizales, 2003. Licenciado en Educación Física, Recreación y Deporte de la Unidad Central del Valle del Cauca, 1997. Par Académico del Ministerio de Educación Nacional: Curso de Formación Integral de Pares Académicos en Modalidad B Learning, Bogotá D.C., Mayo de 2018. Investigador Junior (IJ), resultado de análisis para la tipificación de integrante o investigador - Convocatoria 833 de 2018 de Colciencias. Docente Catedrático del programa de la Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deporte de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Unidad Central del Valle del Cauca 1998-2005. Docente Catedrático del Programa de Medicina, de la Facultad de Ciencias de la Salud, de la Unidad Central del Valle del Cauca, 1998-2005. Docente Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Unidad Central del Valle del Cauca, 2005 hasta la fecha. Decano de la Facultad de Ciencias de la Educación, 2008-2020. Actualmente Vicerrector de Bienestar Universitario de la Unidad Central del Valle del Cauca en el municipio de Tuluá.



Gustavo Adolfo Jaramillo Tascón

Tecnólogo industrial de la UTP y licenciado en educación musical. Se graduó en el conservatorio Antonio María Valencia de Cali en el posgrado de gerencia cultural. La Uceva le confirió un diplomado en docencia universitaria y la Universidad del Valle un diplomado en diseño de proyectos culturales. Estudió dirección orquestal, armonía e instrumentación con Miguel Pinto, maestro cubano. Es psicólogo de la universidad Uniminuto sede Buga y Mg en psicología clínica de la universidad mexicana Unini. Cursó estudios en los seminarios de formación de directores de banda del conservatorio y paralelamente seminarios iberoamericanos de música. Durante una década dirigió la banda de músicos de Riofrío e igualmente la banda de la unidad central del valle.

Ha sido director de la estudiantina Aires del Picacho, de la casa de la cultura de Tuluá, participando en el encuentro nacional de estudiantinas realizado en esa localidad bajo la dirección de Fundartes (Fundación Cultural de Artistas Tuluëños, que preside Jaramillo Tascón). En el área psicológica se le tiene como pionero de técnicas con escalas pentatónicas y sonidos binaurales aplicados al tratamiento de la ansiedad anticipatoria o la depresión. La Uceva publicó su libro *Efecto de los sonidos binaurales y la neuromodulación en el tratamiento de la ansiedad anticipatoria*. El maestro Jaramillo Tascón dirige la estudiantina Bernardo Jaramillo de la Uceva e igualmente es director de la Orquesta Sinfónica Infantil y Juvenil del centro del Valle.



El sentido de la experiencia en la cultura popular



Autor

Edwin Alexander Castro Méndez
eacastro@deboraarango.edu.co

Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango
Institución Redefinida
Envigado, Colombia

Resumen

Esta reflexión presenta un acercamiento a los estudios culturales desarrollados por Stuart Hall (2012) desde la perspectiva de experiencia como lugar individual y colectivo (que deviene una historia nacida de prácticas vividas), en la que resulta complejo ver esta condición como un hecho susceptible de ser alienado por estructuras de poder, o ser teorizado desde un historicismo que ha pretendido unificar los discursos en un materialismo que redundará en el análisis de las formas de producción capitalista, que dejan de lado las historias individuales o colectivas de seres humanos que discurren por las sombras del olvido de teorías centradas en visiones globales de mundo.

Para este desarrollo se abordarán los acercamientos que Stuart Hall hace a Antonio Gramsci (1971) relacionados con la experiencia como un acto filosófico o intelectual que parte de prácticas vividas por cada ser humano. De este modo se visibilizará la cultura popular como el escenario en el que las experiencias de los seres humanos toman forma a partir de las tradiciones. Finalmente, se tomará la cultura popular negra en la experiencia musical en pueblos de América, como una manera de acercarse a formas de producción capitalista que dentro de la noción de globalidad permea y apropia las experiencias populares de sus raíces vernáculas.



Palabras clave: experiencia, cultura popular, colonialidad.



Abstract

This analysis presents an approach to the cultural studies developed by Stuart Hall (2012) from the perspective of experience as an individual and collective place (which becomes a history born of lived practices), in which it is complex to see this condition as a fact susceptible to being alienated by power structures, or being theorized from a historicism that has tried to unify the discourses in a materialism that results in the analysis of the forms of capitalist production, which leave aside the individual or collective histories of human beings that run through the shadows of the oblivion of theories centered on global visions of the world.

For this development, the approaches that Stuart Hall makes to Antonio Gramsci (1971) related to experience as a philosophical or intellectual act that starts from practices lived by each human being will be addressed. In this way, popular culture will be made visible as the stage in which the experiences of human beings take shape from traditions. Finally, black popular culture will be taken in the musical experience of American peoples, as a way of approaching forms of capitalist production that, within the notion of globality, permeate and expropriate popular experiences from their vernacular roots.

Key words: experience, popular culture, coloniality.



Fuentes bibliográficas

Adorno, T. (1941). On popular music. *Studies in Philosophy and Social Science*, 17-48.

Bauman, Z. (2015). *Arte, ¿líquido?* Madrid: Sequitur.

Carvalho, J. J. (2005). *Las culturas afroamericanas en Iberoamérica: lo negociable y lo innegociable*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Gómez, S. C. (2000). La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas. En E. Lander, *Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la invención del otro* (págs. 145-162). Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO.

Grosfoguel, S. C. (2007). Prólogo. Giro decolonial, teoría crítica y pensamiento heterárquico. En S. C. Grosfoguel, *El giro decolonial: reflexiones para una realidad epistémica más allá del capitalismo global*. (págs. 9-24). Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

Hall, S. (2003). *Da diaspora*. Belo Horizonte: Humanitas.

Hall, S. (2012). *Sin garantías-Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: Envió editores.

Perfil del autor

Edwin Alexander Castro méndez

Durante los últimos cuatro años viene desempeñándose como docente en la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, con la cual ha desarrollado proyectos de investigación que han arrojado publicaciones como *Jaime Llano a Puño y Letra: compendio de música colombiana para la lectura de nuestra tierra*, y *La paradoja: lo desafinado, lo arrítmico y lo amotriz como posibilidad estética y pedagógica*, publicado en la Colección de Diálogos Intelectuales del Siglo XXI de la editorial Global Knowledge Academics. Así mismo, ha sido editor temático de las memorias del II Seminario Internacional de Investigación en las Prácticas Artísticas de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango.

En el 2019 participó en el encuentro nacional de investigación REDCOLSI con el semillero de investigación Raíces, obteniendo reconocimiento meritorio con el proyecto



Jaime Llano a puño y Letra. En el 2018 publicó en la *Revista Académica Estesis* el artículo: "La Transformación de las Bandas de Viento en el Caribe Colombiano: un paso de la Estética Europea a la Banda como Fiesta". Se ha desempeñado como docente en la facultad de educación de la Universidad de Antioquia en el curso artes, estética y educación. Ocupó el cargo de Secretario de Educación en el municipio de Anzá durante la vigencia 2012-2015. Actualmente, adelanta estudios de Doctorado en Ciencias de la Educación en la Universidad San Buenaventura.



...
**MESA
ACADÉMICA
DE AUDIOVISUALES**



Rompamos la quinta pared y hablemos de públicos



Autora

Olga Elena Vásquez Solorzano
olga.vasquez7@gmail.com

Medellín, Colombia

Resumen

Una de las cuestiones más difíciles cuando tomas la decisión de vivir de tu proyecto creativo de manera sustentable, es ponerle el precio a tu trabajo y definir una estrategia de públicos que te ayude a conectar con personas que quieren saber más de ti.

En esta ponencia, centraremos nuestra atención en las personas y su nivel de implicación como públicos culturales. Empezarás conociendo a Olga Elena Vásquez, Magister en Administración de empresas del Sector Cultural y Creativo, autora del libro *Realidades y utopías de las artes escénicas en Medellín*, y emprendedora, creadora de Salallena.com, una plataforma que conecta a los creadores con sus públicos a través de la venta de entradas en línea.

Continuarás haciendo un recorrido desde tres miradas: la psicológica, la sociológica y la económica, para comprender las definiciones de públicos y las diferentes estrategias de segmentación que pueden aplicarse, según las necesidades de cada proyecto.

Aprenderás, a través de un modelo propio, dos ejes fundamentales para conectar con las personas: el hecho creativo y la mediación cultural, a través de una variedad

de ejemplos y casos de estudios que han ayudado a creadores a conocer a sus públicos, entendiendo que no son una masa, son personas con intereses, gustos y comportamientos diversos.

Tendrás la oportunidad de generar curiosidad, aprender de experiencias que te ayudarán a tomar conciencia de que los públicos no nacen de ninguna parte solo por el hecho de crear, sino que se hacen, creando relaciones cercanas que construyan un significado en la vida de cada persona que disfruta de una experiencia.

Palabras clave: gestión de públicos, industrias culturales, consumo cultural, comportamiento.



Abstract

One of the most difficult issues when you make the decision to live from your creative project in a sustainable way is to put a price on your work and define an audience strategy that helps you connect with people who want to know more about you.

In this talk, we will focus our attention on people and their level of involvement as cultural audiences. You will start by meeting Olga Elena Vásquez, Master of Business Administration in the Cultural and Creative Sector, author of the book *Realities and utopias of the performing arts in Medellín*, and entrepreneur, creator of Salallena.com, a platform that connects creators with their audiences. through online ticket sales.

You will continue to take a journey from three perspectives: psychological, sociological and economic, to understand the definitions of audiences and the different segmentation strategies that can be applied, according to the needs of each project.

You will learn, through your own model, two fundamental axes to connect with people: the creative act and cultural mediation, through a variety of examples and case studies that have helped creators to get to know their audiences, understanding that They are not a mass, they are people with diverse interests, tastes and behaviors.



You will have the opportunity to generate curiosity, learn from experiences that will help you become aware that audiences are not born from nowhere just for the sake of creating, but are made, creating close relationships that build meaning in the life of each person who enjoy an experience.

Key words: audiences management, cultural industries, cultural intake, behavior.

Perfil de la autora

Olga Elena Vásquez Solorsano

Nací en Medellín. La comunicación y la gestión cultural han sido mi vida. No he hecho una cosa distinta desde que tengo uso de razón. Amo escribir y hacer que las cosas pasen. Mi experiencia laboral la he construido trabajando en Circularart, Parque Explora, Canal Trece, el Centro Nacional de Memoria Histórica y el Instituto Distrital de las Artes (Idartes). Agradezco a estas organizaciones que me han enseñado a pensar y crear contenidos que conecten con las personas, en una sociedad informada, entendiendo la comunicación como constructora de significado. También he tenido la oportunidad de compartir lo que he aprendido siendo docente del Diplomado de Comunicación y Cultura de la Universidad Pontificia Bolivariana y el Diplomado de Gestión de proyectos culturales con EAFIT, con las asignaturas Introducción a las Industrias Culturales y Creativas, Cadena de valor, y Marketing Cultural. Durante los años que viví en Argentina, 2011-2014, estudié la Maestría en Administración de Empresas del Sector cultural y Creativo, en la Universidad de Buenos Aires. Gracias a esos estudios académicos, he podido investigar e integrar conceptos de diferentes fuentes para generar nuevos significados y aplicarlos a mi contexto y lo escribí en el libro *Realidades y Utopías de las artes escénicas en Medellín*, ganador de la convocatoria de la Alcaldía de Medellín, Arte y cultural para la vida 2015, en la modalidad investigación en economía de la cultura.



Alfabetización transmedia: educación para el consumo de las industrias creativas



Autora

Daniela González García
dgonzalez@uco.edu.co

Universidad Católica de Oriente
Rionegro, Colombia

Resumen

Las industrias creativas se consolidan como uno de los ejes en los que se podría potencializar el fortalecimiento de la economía. Según el periódico *Portafolio* (2018), las industrias culturales y creativas tienen un promedio de participación en el PIB de Colombia del 1,1%, “estando por encima de sectores como el del café, cuya participación fue del 1%”, esto logra visibilizar el papel que dichas industrias están jugando en la economía nacional, pero poco se ha logrado visibilizar de cómo este tipo de industrias pueden fortalecer las economías en entornos más locales.

Esta investigación se pregunta precisamente por cómo se pueden potencializar local y regionalmente las industrias creativas a través de la alfabetización transmedia como una plataforma que permite articular diversas narrativas a través de lenguajes que ofrece la digitalidad en estos escenarios articulados a los diversos procesos que se adelantan en las regiones para fortalecer la cuarta revolución dentro de las sociedades de la información y el conocimiento.

El altiplano del Oriente antioqueño es la región donde se enmarca dicha investigación, esto con el fin de consolidar los procesos adelantados en la región como el clúster de industrias creativas impulsado por la Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño, las cuatro salas concertadas con el Ministerio de Cultura y la Ruta Artesanal de la región.



Palabras clave: transmedia, industrias creativas, consumo cultural.



Abstract

The creative industries are consolidated as one of the themes in which the strengthening of the economy could be potentialized, according to the newspaper *Portafolio* (2018), the cultural and creative industries have an average participation in the GDP of Colombia of 1.1%, "being above sectors such as coffee, whose participation was 1%", this manages to make visible the role that such industries are playing in the national economy, but little has been made visible of how this type of industries can strengthen economies in more local environments.

The present research project asks precisely how creative industries can be potentialized locally and regionally through transmedia literacy as a platform that allows articulating diverse narratives through languages offered by digitality these scenarios articulated to the various processes that are advanced in the regions to strengthen the fourth revolution within the information and knowledge societies.

The Oriente Antioquia highlands is the region where this research is framed, in order to consolidate the processes carried out in the region such as the creative industries cluster promoted by the Chamber of Commerce of Oriente Antioquia, the four halls agreed with the Ministry of Culture and the Artisan Route of the region.

Key words: transmedia, creative industries, cultural consumption.



Fuentes bibliográficas

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1994). La dialéctica de la ilustración. Editorial Trotta. España

Cámara de Comercio del Oriente Antioqueño CCOA (2018). Creación del Cluster de Industrias Culturales. Recuperado de: <https://www.ccoa.org.co/noticia/iniciativa-cluster-para-el-fortalecimiento-de-las-industrias-creativas-del-orient>

Cámara de Comercio del Oriente antioqueño (2019). Concepto económico del Oriente antioqueño 2018. Recuperado de: <https://www.ccoa.org.co/Portals/0/Biblioteca%20virtual/Publicaciones%20regionales/2018/Concepto%20econ%3%B3mico%202018.pdf?ver=2019-02-01-105326-537>

Capurro, P. (2014). Sin nadie en el medio. El papel de internet como intermediario en las industrias culturales y en la educación. Cuaderno 49. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, pp 189-207.

Departamento Nacional de Planeación (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022: Pacto por Colombia, pacto por la equidad. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pactos-Transversales/Pacto-por-la-proteccion-y-promocion-de-nuestra-cultura-y-desarrollo-de-economia-naranja/Protecci%C3%B3n-y-promoci%C3%B3n-de-nuestra-cultura.aspx>

Gobernación de Antioquia (2009). Proyecto Departamental de Cultura 2006-2020: Antioquia en sus diversas voces. Recuperado de: <http://www.culturantioquia.gov.co/index.php/instituto/nuestra-gestion/plan-departamental-cultura-2006-2020>

Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. Palabra Clave, 18 (4), 1057-1083. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.5

Matterlart, A, Matterlart, M.(2007). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós Comunicación.

Perfil de la autora

Comunicadora Social de la Universidad Católica de Oriente, Magíster en Desarrollo Local e Innovación Social de la Universidad EAFIT. Investigadora del grupo Communis. Profesora Asistente del programa de Comunicación Social, Universidad Católica de Oriente. Experiencia en procesos de arte, comunicación y desarrollo social. Áreas de trabajo en investigación: arte, medios, comunicación y memoria. Docente de las áreas de Teorías de la Comunicación, investigación formativa y Análisis de Medios.



Transmedia storytelling y su relación con el aprendizaje informal que se vive de forma cotidiana en internet*



Autor

Edison Albeiro Patiño Mazo
edison.patino@salazaryherrera.edu.co

Institución Universitaria Salazar y Herrera
Medellín, Colombia

Resumen

En la investigación que da pie a estas páginas se aborda la relación existente entre *transmedia storytelling* con el aprendizaje informal que se vive de forma cotidiana en internet. Este artículo es el producto de una investigación en curso. Se planteó un desarrollo en dos etapas: investigación bibliográfica e investigación exploratoria; bajo un método cualitativo con un enfoque empírico-analítico; habiéndose trabajado a la fecha solo la primera etapa. Se revisaron aportes teóricos de las últimas décadas realizados en áreas de comunicación, pedagogía, psicología y sociología, en cuanto al funcionamiento de la mente humana, especialmente la relación entre la narrativa (*storytelling*) y el aprendizaje. Del conjunto de hallazgos encontrados de forma preliminar, se desprende la importancia de la narrativa para el ser humano, como parte de su desarrollo personal, social y tecnológico.

*El artículo resultado de esta investigación fue publicado como "Transmedia storytelling y aprendizaje informal: una aproximación conceptual desde la narrativa y el consumo mediático" en la *Revista Académica Estesis* # 11, en diciembre de 2021, en sus formatos físico y digital. Este es el enlace a la versión digital en la red: <https://revistaestesis.edu.co/index.php/revista/article/view/135>.



Palabras clave: *storytelling*, narrativa, transmedia, cultura y aprendizaje.



Abstract

The research that gives rise to these pages addresses the relationship between transmedia storytelling and informal learning that is experienced on a daily basis on the internet. This article is the product of an ongoing, unfinished investigation. A development in two stages was proposed: bibliographic research and exploratory research; under a qualitative method with an empirical-analytical approach; having worked to date only the first stage. Theoretical contributions of the last decades made in areas of communication, pedagogy, psychology and sociology, regarding the functioning of the human mind, especially the relationship between narrative (storytelling) and learning, were reviewed. From the set of findings found in a preliminary way, it is clear the importance of the narrative for the human being, as part of their personal, social and technological development.

Key words: storytelling, narrative, transmedia, culture and learning.

Fuentes bibliográficas

- Ahmed, A.K. (2019). Socially orientated digital storytelling among Saudi EFL learners: An analysis of its impact and content. *Interact. Technol. Smart Educ.* 16, 130–142.
- Buckingham, D. (2005). *The Media Literacy of children and Young People*, University of London, London Knowledge Lab.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Alianza Editorial, Madrid.
- Courtes, J. (1980). *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva: metodología y aplicación*. Hachette, Universidad de Michigan.
- Edelman, M. (1977). *Political Language*. Academic Press Inc, New York.



- Fernández, I.O. (2007). Diccionario de investigación. Una comprensión holística. Ediciones Quirón, Caracas.
- Girmen, P. (2019). Özkana, Ü.; Dayan, G. Digital Storytelling in the Language Arts Classroom. Univ. J. Educ. Res.; 7, 55–65.
- Gutiérrez, A. (2012), Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. Comunicar, no 38, vXIX, Segovia.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. Technology Review.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. Where old and new media collide. NYU Press, Nueva York.
- Jenkins, H. Ford, S. & Green, J. (2013). Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. NYU Press, Nueva York.
- López, M. G. (2012). La comunicación como escenario de empoderamiento ciudadano y para la construcción colectiva de cultura de paz. Pensando otra publicidad social, Razón y Palabras.
- López, M. G., & González, E. S. (2016). La lucha está en el relato. Movimientos sociales, narrativas transmedia y cambio social. Cultural Studies Journal of Universitat Jaume I , XV.
- Nuñez, A. (2011). Storytelling en una semana. Centro de libros PAPF, S. L. U. Barcelona.
- Ortiz, A. (2015). Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas. Ediciones de la U, Bogotá.
- Santa, D. & Correa, J. (2021). Investigágrafos. Una experiencia transmedia en foto – ensayo. Caso Facultad de comunicación audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Revista Académica Estesis, pp. 8 – 15, Medellín.
- Scolari C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. Vol. 3, pp. 586–606.
- Shelton, C. (2017). Archambault, L.M.; Hale, A.E. Bringing digital storytelling in the elementary classroom: Video production foe preservice teachers. J. Digit. Learn. Teach. Educ. 33, 58–68.
- Stanley, N. (2018). Digital Storytelling, the TESOL Encyclopedia of English Language Teaching; Wiley-Blackwell: Hoboken, NJ, USA; pp. 1–7.
- Ryan, J. O. (2017). Los Efectos Sociales y Culturales de la Publicidad. Temas de comunicación, 8, 47-56.



Perfil del autor

Edison Albeiro Patiño Mazo

Magíster en Administración de Empresas (2003), Profesional en Publicidad (2009), Técnico Profesional en Publicidad (2005); apasionado por la planeación de mercadeo y especial interés por la industria creativa. Experiencia docente con la Universidad Pontificia Bolivariana, programa de Publicidad; Institución Universitaria Salazar y Herrera, programa de Mercadeo; y actualmente en la misma institución como Coordinador Académico para el programa de Publicidad. Alta experiencia profesional en empresas de Publicidad y Marketing, en donde ha trabajado en equipo con los directivos de grandes y pequeñas empresas de diversos sectores económicos, mayormente bajo la figura de Ejecutivo Comercial y Account Planner (Ejecutivo de Planeación Estratégica).



Las industrias culturales y creativas, los medios digitales en el contexto de la Ley Naranja, una mirada en el posCOVID-19



Autor

Cledys José Romero Ortega
ca_cledysromero@unibac.edu.co

Institución Universitaria de Bellas Artes y Ciencias de Bolívar Unibac
Cartagena, Colombia

Resumen

Hoy las industrias culturales toman relevancia teniendo como punto de partida la Ley Naranja y todos los componentes de las políticas públicas. En la actualidad se plantean las industrias creativas, de contenidos y plataformas mediáticas, teniendo en consideración su avance y el de nuevos medios a partir de la aparición de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación). Igualmente sucede con el fortalecimiento de las industrias culturales en diferentes aspectos. Estas surgen a partir de los momentos históricos, políticos, económicos y sociales, y aunque los autores que plantearon el concepto de industrias culturales no alcanzaron a vivir en esta época, hoy sus enfoques están en la escena práctica. Uno de estos enfoques es el de la Economía Naranja, el cual ya se venía aplicando, pero anteriormente sin ese rótulo.

La Economía Naranja hoy se robustece como política pública y el gobierno del presidente Iván Duque la viene implementando con un significado diferente al concebido



por Theodor Adorno, el creador de este concepto, pues también se le agrega la categoría “creativo”. Su aplicación debe ser una realidad, ya que su auge será vital para reactivar la productividad desde el desarrollo cultural y los contenidos digitales en la era del posCOVID-19, donde muchas de estas actividades han ido desapareciendo, incluso antes de la emergencia sanitaria.

Palabras clave: industrias culturales y creativas, Ley Naranja, contenidos digitales.



Abstract

Today the cultural industries are becoming relevant, having as a starting point the Orange Law and all the components of public policies. At present, the creative, content and media platform industries are being considered, taking into consideration their progress and that of new media since the appearance of ICT (Information and Communication Technologies). The same happens with the strengthening of cultural industries in different aspects. These arise from historical, political, economic and social moments, and although the authors who proposed the concept of cultural industries did not live in this era, today their approaches are in the practical scene. One of these approaches is that of the Orange Economy, which was already being applied, but previously without that label.

The Orange Economy today is strengthened as a public policy and the government of President Iván Duque has been implementing it with a different meaning than that conceived by Theodor Adorno, the creator of this concept, since the “creative” category is also added. Its application must be a reality, since its rise will be vital to reactivate productivity from cultural development and digital content in the postCOVID-19 era, where many of these activities have been disappearing, even before the health emergency.



Key words: : ultural, creative Industries, Orange Law, digital content.

Fuentes bibliográficas

Adorno, Theodor & Horkheimer, Max (2013). La industria cultural. Cuenco de plata, Buenos Aires

Convenio Andrés Bello (2007). 1° Encuentro Internacional Diversos y Alternos, la gestión cultural en América Latina.

Presidencia de la República de Colombia. Decreto 1702 de 2020

Duque m I & Buitrago (r f.). Economía naranja: una realidad infinita. Ministerio de cultura, Bogotá 2021.

García Canclini, N. y otros (1999). Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana.

Guía de emprendimiento naranja supersociedades 2020 Bogota DC. .

Congreso de la República de Colombia. Ley Naranja 1834 de 2017

UNESCO (2009). Política para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

Perfil del autor

Cledys José Romero Ortega

Comunicador social periodista, especialista en pedagogía de la lengua y la literatura. Magister en educación, doctorante en Ciencias de la Educación. Docente investigador con amplia experiencia como reportero radial y de otros medios. Gestor de proyectos culturales, educativos y sociales.



Retos y alcances desde la pandemia: Productores multimedia emergentes navegando en plataformas sociodigitales



Autora

Ana Karen Jiménez Aguilar
ana.jimenezag@e.unicach.mx

Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica (CESMECA)
de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH)
Chiapas, México

Resumen

La siguiente reflexión surge de los primeros hallazgos de investigación en curso: “Imaginarios de futuro: experiencias artísticas y creatividades juveniles en Tuxtla Gutiérrez (Chiapas) durante la pandemia por COVID-19 (2019-2022)”. La propuesta atiende a una serie de procesos culturales y artísticos que tienen relación con el uso de plataformas sociodigitales ante el acontecimiento COVID-19. No es una novedad que en el campo de las artes se haga uso del internet, aplicaciones, u otros dispositivos multimedia, ya sea como soporte para la obra, o como una propuesta artística, como el llamado Net.Art. Sin embargo, en este contexto de emergencia sanitaria, ha surgido una “acomodación creativa” que va desde las disposiciones del artista para hacer uso de ciertas plataformas sociodigitales, las condiciones técnicas de dichas plataformas y la experiencia estética que se trastoca al exponerse desde soportes sociodigitales.



Es decir, el contexto actual de pandemia ha propiciado que ciertos jóvenes artistas, previo a la pandemia, no reconocían el uso de plataformas sociodigitales como un elemento ensamblador para su producción, y en esa coyuntura identificamos diversas reacciones, retos, alcances y oportunidades que son gestionadas por los propios artistas; desde una exploración y experimentación, se dan desplazamientos operativos del proceso creativo, circulación y consumo de la obra.

Jóvenes artistas de diversos intereses artísticos (música, performance, teatro, gestión cultural, visuales, audiovisuales, literatura) se relacionan con una economía espacial que la hacen creativa y funcional para sus intereses artísticos. Se da un proceso de “actualización”, para tener presencia y respuesta al acontecimiento de la pandemia.

La problemática que identificamos es que en dichas plataformas sociodigitales, principalmente: Facebook, Instagram, Spotify, TikTok, por mencionar algunas, pueden ser susceptibles y aprovechados por las propuesta de ciertos jóvenes artistas; y en ese hacer estratégico se despliegan una serie de prácticas, epistemes y relatos que no habían sido incorporados en las dinámicas y lógicas de ciertos artistas.

A su vez, encontramos que hay experiencias artísticas que viven un ritmo de discontinuidad, un proceso de transición o en algunos casos de resistencia. En ese sentido recordamos que pensar en este asunto “es relevante y más pertinente para comprender las dinámicas económicas y culturales que inciden directamente sobre el ordenamiento de las ciudades” (Herrera-Medina; Bonilla-Estévez, Molina-Prieto, 2013, p. 15); es decir, sugerimos que estos procesos de resistencia o transición de ciertos artistas, tienen relación en cómo las ciudades están percibiendo el fenómeno de la pandemia, y cómo a partir de sus disposiciones restrictivas o libres del uso del espacio público, hace que ciertas dinámicas o lógicas de economía creativa persistan a pesar de las implicaciones de confinamiento.

Estas primeras reflexiones generan interrogantes no resueltos pero apremiantes a la discusión: ¿Cuáles serán los criterios estéticos a considerar por parte estos artistas, al experimentar usos y formas desde plataformas sociodigitales? ¿Cómo se están significando los espacios de producción creativa (espacio público o espacio virtual) para la enunciación, visibilización y legitimación de la obras y del propio artista? ¿Se puede hablar una obra de arte en una época de reproductibilidad digital?, todas son invitaciones para repensar los horizontes de la investigación artística.



Palabras clave: productores multimedia, plataformas sociodigitales, procesos creativos, clase creativa.



Abstract

The following reflection arises from the first findings of ongoing research: “imaginary futures: artistic experiences and youth creativity in Tuxtla Gutiérrez, Chiapas during the COVID-19 pandemic (2019-2022)”. The proposal addresses a series of cultural and artistic processes that are related to the use of socio-digital platforms, before the COVID-19 event. It is not a novelty in the field of the arts to make use of the internet, applications, or other multimedia devices, either as a support for the work, or as an artistic proposal, such as the so-called Net.Art. However, in this context of health emergency, a “creative accommodation” has emerged, ranging from the artist’s willingness to make use of certain socio-digital platforms, the technical conditions of these platforms and the aesthetic experience that is disrupted when exposed from socio-digital supports.

That is to say, the current context of pandemic has propitiated that certain young artists, prior to the pandemic, did not recognize the use of socio-digital platforms as an assembler element for their production, and at that juncture we identify various reactions, challenges, scopes and opportunities, which are managed by the artists themselves, from an exploration and experimentation, there are operational displacements of the creative process, circulation and consumption of the work.

Young artists of diverse artistic interests (music, performance, theater, cultural management, visual, audiovisual, literature) relate to a spatial economy that makes it creative and functional for their artistic interests. There is a process of “updating”, in order to have presence and response to the pandemic event.

The problematic we identify is that in such socio-digital platforms, mainly: Facebook, Instagram, Spotify, TikTok, to mention, can be susceptible and taken advantage of by



the proposal of certain young artists, and in that strategic doing, a series of practices, epistemes and narratives that had not been incorporated into the dynamics and logics of certain artists are deployed.

At the same time, we find that there are artistic experiences that live a rhythm of discontinuity, a process of transition or in some cases of resistance. In this sense, we remember that thinking about this matter “it is relevant and more pertinent to understand the economic and cultural dynamics that directly affect the ordering of cities” (Herrera-Medina; Bonilla-Estévez, Molina-Prieto, 2013, p. 15), that is, we suggest that these processes of resistance or transition of certain artists, are related to how cities are perceiving the phenomenon of the pandemic, and how from their restrictive or free provisions of the use of public space, makes certain dynamics or logics of creative economy persist despite the implications of confinement.

These first reflections generate unresolved but pressing questions for discussion: What are the aesthetic criteria to be considered by these artists when experimenting uses and forms from socio-digital platforms?; how are the spaces of creative production (public space or virtual space) being signified for the enunciation, visibilization and legitimization of the works and of the artist himself?; can one speak of a work of art in an era of digital reproducibility?; all are invitations to rethink the horizons of artistic research.

Key words: multimedia producers, socio-digital platforms, creative processes, creative class.



Fuentes bibliográficas

Herrera-Medina, Eleonora; Bonilla-Estévez, Héctor; y Molina-Prieto, Luis Fernando (2013). Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana?. Revista Bitácora Urbano Territorial, Revista Bitácora Urbano Territorial [en línea]. 2013, 22(1), 11-20 Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74829048002>

Perfil del autora

Ana Karen Jiménez Aguilar

Doctorante en ciencias sociales y humanísticas, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica (UNICACH). Licenciada en Comunicación y Maestra en estudios culturales por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) en México.



...
**MESA
ACADÉMICA
DE VISUALES**



Ecosistema talleres de artistas: Barrio Colombia, Medellín



Autor

Ilvar Josué Carantón Sánchez
decanaturavisuales@deboraarango.edu.co

Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango
Institución Redefinida
Envigado, Colombia

Resumen

Los estudios abiertos se originaron en los salones del París del siglo XVII, como el Hotel de Rambouillet y las reuniones de intelectuales y artistas organizadas por Madame de Scudéry. Durante las décadas de 1950, 1960 y 1970, el concepto de estudio abierto tomó la forma de intercambios públicos de poesía (más notablemente los de los poetas Beat, eventos que fueron los precursores de los golpes de poesía modernos), los “acontecimientos” de *The Factory* de Andy Warhol y los *jamborees* experimentales del grupo literario francés OuLiPo.

Las alternativas plásticas en estos tiempos de aislamiento forzado requieren acciones que, por un lado, ayuden a recordar que se puede; y por el otro, refuerzan el beneficio de estar juntos. La comunidad no siempre debe considerarse valiosa sobre la base de números puros, pero seguramente el poder está en cómo los números aumentan las posibilidades de cooperación.

Y eso fue lo que sucedió con un grupo de artistas plásticos, egresados de la Universidad de Antioquia quienes, con un lenguaje común, pero con miradas divergentes en torno



al paisaje, se reunieron en una bodega en el sector de San Félix en Bello, Antioquia. La soledad característica de los pintores y cultores de las artes se transgrede en un colectivo que pretende reactivar en espacios no convencionales el contacto con el público y con todos aquellos protagonistas de lo que se conoce como el sistema de circulación de la plástica. Los académicos, coleccionistas, galerías, estudiantes y cultores de otras artes se dieron cita durante dos fines de semana en la bodega y quienes no pudieron hacerlo de forma presencial, participaron a través de las charlas en vivo en Facebook e Instagram.

Palabras clave: colectivos, talleres abiertos, circulación, gestión.



Abstract

Open studios originated in the salons of seventeenth-century Paris, such as the Hotel de Rambouillet and the gatherings of intellectuals and artists organized by Madame de Scudéry. During the 1950s, 1960s and 1970s, the open studio concept took the form of public exchanges of poetry (most notably those of the Beat poets, events that were the precursors to modern poetry strokes), the “events” of Andy Warhol’s *The Factory* and the experimental *jamborees* of the French literary group OuLiPo.

Plastic alternatives in these times of forced isolation require actions that, on the one hand, help to remember that it is possible and, on the other, reinforce the benefit of being together. The community should not always be considered valuable on the basis of sheer numbers, but surely the power is in how the numbers increase the chances of cooperation.

And that was what happened with a group of plastic artists, graduates of the University of Antioquia, who, with a common language, but with divergent views around the landscape, met in a winery in the San Félix sector in Bello, Antioquia. The loneliness characteristic of painters and cultists of the arts is transgressed in a group that seeks to reactivate contact with the public and with all those protagonists of what is known as the plastic circulation system in unconventional spaces. Academics,



collectors, galleries, students and cultists of other arts gathered for two weekends at the winery and those who could not do it in person participated through live talks on Facebook and Instagram.

Key words: collectives, open workshops, circulation and management.

Fuentes bibliográficas

Bachelard, G. (2000). *La intuición del instante*. México: F. C. E.

Bishop, C. (2016). *Infiernos artificiales. Arte participativo y políticas de la espectralidad*. Ciudad de México: Taller de Ediciones Económicas.

Danto, A. (1999). *Después del fin del arte*. Barcelona: Paidós.

Fernández, C. A. (2006). *Apuntes para una historia del arte contemporáneo en Antioquia*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Giraldo, E. (2010). *Los límites del índice: imagen fotográfica y arte contemporáneo en Colombia*. Medellín: La Carreta.

González, O. (2021) El paisaje en cinco pintores desde sus flexiones estéticas. <https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/el-paisaje-en-cinco-pintores-desde-sus-flexiones-esteticas-articulo/>

Lopera, J. (2017). Notas sobre el instante, la memoria y el gesto en la obra de María Teresa Cano, *Revista Coherencia*. Vol. 14, No 26 pp. 351-362



Perfil del autor

Ilvar Josué Carantón Sánchez

Docente-investigador, artista, gestor cultural, historiador de arte y doctorando en Educación. Decano Prácticas Visuales en la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, Coordinador de Maestría en Educación en la Universidad de Medellín, investigador del Diccionario de Español de Valle de Aburrá, profesor invitado en la Universidad Federal Rural do Rio de Janeiro. Docente de cátedra en: Instituto Tecnológico Metropolitano De Medellín, Corporación Universitaria Remington, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad Eafit y Universidad de Antioquia.



Tiempos pandémicos: creación, producción y circulación de obras



Autores

Javier Rodríguez
rojavier@javeriana.edu.co

Mónica Romero
mmromeros@javeriana.edu.co

Mariana Álvarez
mariana-alvarez@javeriana.edu.co

Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá, Colombia

Resumen

Compartimos resultados parciales de un proyecto de investigación que está en curso titulado: *Artists in the COVID-19 Pandemic: Use of lockdown time, skill development, and audience perceptions in Colombia and Spain*. Este proyecto consiste en estudiar cómo los artistas utilizaron su tiempo durante el encierro de COVID-19 y las consecuencias resultantes para la calidad de su trabajo. Encuestamos a artistas de diferentes disciplinas en Colombia y España para conocer cómo dedicaban su tiempo al desarrollo de sus habilidades artísticas y/o empresariales. Aproximadamente la mitad indicó que utilizaron más tiempo durante el encierro que antes para estudiar, entrenar y practicar.

También evaluamos una parte las obras creadas antes y después del encierro, utilizando un diseño experimental en el que audiencias generales y expertas



calificaban las obras de los artistas de forma anónima. Descubrimos que los artistas que dedicaron tiempo a desarrollar sus habilidades durante el encierro obtuvieron calificaciones más altas. Sin embargo, mientras que la experiencia y la educación se correlacionaron positivamente con las calificaciones de los revisores, el tiempo dedicado a desarrollar habilidades durante el encierro no lo fue. Esto puede indicar que aunque los artistas más hábiles crean obras de mayor calidad, el momento en que estas habilidades se materializan en sus obras no es obvio. A la luz de estos hallazgos, discutimos un efecto potencialmente paradójico de la pandemia, ya que concentrarse en el desarrollo de habilidades puede desviar el tiempo de la creación a la educación o actividades generadoras de ingresos, afectando inadvertidamente la calidad de las obras de arte.

Adicionalmente al estudio cuantitativo que refleja la distribución de los tiempos en términos de creación y producción de obras, conversamos con algunos de estos artistas alrededor de cómo han visto afectados y transformados sus modos de producir y circular, para identificar alternativas y otras posibilidades que agencien y movilicen la creación artística. En las conversaciones sostenidas hemos preguntado cómo han cambiado esas dinámicas de creación y circulación visibilizando prácticas que desbordan el circuito convencional de galerías y exhibiciones, que transitan por la red y son glocales, lo que conlleva a otros modos de entender esa noción de emprendimiento y de economía que se activa por los afectos y las colaboraciones, entre otros aspectos, como posibilidad de subsistencia y reinención.

En esa medida, aunque hay lugares para la autogestión que resultan potentes para renovar la relación con la economía desde las artes, aparecen también reflexiones importantes en torno a la cercanía o distancia de las políticas culturales actuales de reactivación. Desde ese lugar, vale la pena conversar sobre la pertinencia de las mismas.

Palabras clave: habilidades artísticas, habilidades empresariales, reactivación económica, colaboraciones emergentes, artes visuales.





Abstract

We share results of an ongoing research project titled *Artists in the COVID-19 Pandemic: Use of lockdown time, skill development, and audience perceptions in Colombia and Spain*. This project consists of studying how the artists used their time during the COVID-19 lockdown and the resulting consequences for the quality of their work. We surveyed artists from different disciplines in Colombia and Spain to learn how they allocated their time to developing their artistic and/or their business skills. About half indicated that they used more time during the lockdown than previously to study, train, and practice.

We also evaluated some of the works created before and after the confinement, using an experimental design in which general audiences and experts rated the artists works anonymously. We found that artists who spent time developing their skills during the lockdown obtained higher ratings. However, whereas experience and education were positively correlated with reviewer ratings, time spent on developing skills during the lockdown was not. This may indicate that although more skilled artists create higher-quality works, the time when these skills materialize in their works is not obvious. Considering these findings, we discuss a potentially paradoxical effect of the pandemic, since concentrating on skill development may divert time from creation to education or income-generating activities, inadvertently affecting the quality of artworks.

Additionally, to the quantitative study that reflects the distribution of time in terms of creation and production of artworks, we talked with some of these artists about how their modes of production and circulation have been affected and transformed, to identify alternatives and other possibilities that promote and mobilize artistic creation. In these conversations, we have asked how these dynamics of creation and circulation have changed, making visible practices that go beyond the conventional circuit of galleries and exhibitions, that travel through the network and are glocal, which leads to other ways of understanding the notion of entrepreneurship and economy that is activated by affections and collaborations, among other aspects, as a possibility of subsistence and reinvention.

To this extent, although there are places for self-management that are powerful to renew the relationship with the economy from the arts, there are also important reflections about the proximity or distance of current cultural reactivation policies. From that place, it is important to talking about their relevance.



Key words: artistic skills, business skills, economic reactivation, emerging collaborations, visual arts.

Perfil de las autoras y el autor

Mónica Marcell Romero Sánchez

Profesora Asistente del Departamento de Artes Visuales de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia). Como investigadora trabaja en procesos sociales y pedagógicos que involucran a diversas comunidades en las artes. Su práctica creativa es fundamentalmente colaborativa e interdisciplinaria, explorando críticamente la relación entre las artes, el afecto, la educación, la innovación social y las comunidades. Ha trabajado en el diseño e implementación de programas de política cultural en Colombia, con énfasis en gestión de proyectos y educación artística.

Mariana Álvarez Palacios

Artista en formación de Artes Visuales de la Pontificia Universidad Javeriana. Ha acompañado desarrollos de emprendimientos culturales en diversas localidades de la región y el país.

Javier Alejandro Rodríguez Camacho

Profesor asistente del Departamento de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia). Trabaja en la intersección de la economía de la información, el espíritu empresarial y las industrias creativas. Su investigación ha explorado el papel de las reseñas de expertos y usuarios, los capitales simbólicos y el cambio tecnológico en la dinámica de producción y consumo de las industrias del cine y la música. Ha trabajado como crítico de cine y música para varios medios de comunicación en Bolivia, España, Colombia y Estados Unidos. Es el organizador académico de Cultmarts, un Congreso Internacional de Industrias Creativas y Culturales que se realiza en Bogotá todos los años desde 2019.



Feria Virtual de Artes Visuales 365: Gestión Cultural a través de las redes sociales en la pandemia

*El uso de plataformas digitales como estrategia de
circulación y reactivación del mercado del arte*



Autores

Piter Alexander Martínez Chicunque
elcosmodelarte@gmail.com

Laura Carolina Zapata Berrio
rouse0303@misena.edu.co

Colombia

Resumen

La Feria Virtual 365 se realiza mediante el llamado a artistas emergentes de todo el territorio colombiano y extranjero, que deseen mostrar su obra mediante un sitio web, el cual se encuentra abierto los 365 días del año. Debido al confinamiento y el impacto que el sector cultural recibió producto de la pandemia, el uso del internet (sus distintos sitios web, aplicaciones, redes sociales y medios de comunicación) ha servido para acercar al público con la programación mensual en diferentes actividades como exposiciones, talleres, conversatorios y muestra de obras en catálogo digital. Por lo tanto, la Feria tuvo una buena acogida desde el primer momento de su lanzamiento en el mes de octubre del año 2020, siendo un evento que se realiza de forma colectiva, convocando a artistas, gestores culturales, galerías de arte y espacios independientes para llevar a cabo diferentes actividades desde la virtualidad, con la finalidad de promocionar, divulgar y comercializar obras de arte.



Palabras clave: feria, artes visuales, virtual, marketing, divulgación, gestión cultural.



Abstract

The 365 Virtual Fair is an invitation to all Colombian emerging artists from all over the country and abroad who wish to exhibit their work through the internet in a website which is open 365 days a year. Due to the impact in the cultural sector received because of the pandemic and confinement, the internet and various online services like websites, apps, social networks, and media have served to bring the public closer to the monthly programming in different activities such as exhibitions, workshops, lectures, and art digital catalogs. Therefore, from the fair launch in October 2020 and the positive reception of it, the event takes place collectively, bringing together artists, cultural managers, art galleries and independent spaces, to carry out alternative activities from virtuality, to promote, disseminate and market works of art.

Key words: Fair, visual arts, virtual, marketing, disseminate, cultural management.

Fuentes bibliográficas

Alvino, C. (abril 12 del 2021). Branch: Estadísticas de la situación digital de Colombia 2020-2021. Medellín, Colombia. Agencia de Marketing Digital. Recuperado de: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>

Barthes, R. (1985). Semántica del objeto. La aventura semiológica, disponible en: <http://comuarfuchii2014grupo09.blogspot.com/2016/02/roland-barthes-la-semantica-del-objeto.html#:~:text=El%20autor%20reflexiona%20sobre%20como,da%20sentido%20a%20las%20cosas.&text=Las%20significaciones%20que%20damos%20a,espacio%20y%20en%20el%20tiempo.>

Bourriaud, N. (2006). Estética relacional. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.

Canclini, N. La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte. Editorial Siglo Veintiuno editores. Séptima edición. Buenos Aires, Argentina.

Feria Virtual de Artes 365 (marzo 26 del 2021). Exposición virtual de Grabado. Cali, Colombia. Recuperado de <https://sites.google.com/view/portafolioangiepaola/exposici%C3%B3n-virtual?authuser=1>

Perfil de los autores

Piter Alexander Martínez Chicunque

Cali, Valle del Cauca, 1989. Maestro en Artes Plásticas de la Institución Universitaria Bellas Artes, Cali, 2020. Le interesa practicar las artes visuales desde la pedagogía, conocer e investigar sobre la memoria el sentido de pertenencia que tiene el ciudadano sobre su territorio. Utiliza como herramientas de producción artística el dibujo, la serigrafía y el audiovisual. Ha tenido la oportunidad de trabajar con varias comunidades dentro y fuera de la ciudad de Cali, en diferentes colectivos de investigación y producción artística, su obra ha estado expuesta en las ciudades de Cali, Roldanillo, Silvia y Popayán.

Laura Carolina Zapata Berrio

Cartagena de Indias, 1993. Tecnóloga de Producción de Multimedia del SENA, Maestra de Artes Visuales del Instituto Tecnológico Metropolitano, con interés en el cuento narrado de diferentes formas: oral, escrito, visual y audiovisual. Así que, por medio del dibujo, la escritura y el performance, ha explorado diferentes temáticas en su trabajo, siendo el lenguaje, en sus diferentes manifestaciones, un motor para abarcar temas sociales e íntimos, porque permite entender más a profundidad la complejidad de las acciones y la mente del ser humano. Ha tenido experiencia exponiendo en la Galería de Arte Contemporáneo Paul Bardwell del Centro Colombo Americano, en el marco del Laboratorio de Medicinas Ancestrales, y en la Residencia la Naviera.



El ecosistema moda con textiles inteligentes como una oportunidad para las industrias culturales y creativas



Autora

Lina María Vanegas Ochoa
l.vanegas@pascualbravo.edu.co

Institución Universitaria Pascual Bravo
Medellín, Colombia

Resumen

La interacción entre ecosistema moda y las industrias culturales y creativas en Colombia se puede observar en la aplicación del modelo de “Economía naranja” que agrupa los sectores industriales que desarrollan productos y servicios, que están sustentados por el reconocimiento de la propiedad intelectual que se deriva de los cambios culturales, económicos y sociales que tiene la población.

El sector de la moda está en constante evolución para proponer productos innovadores a partir de necesidades propias o creadas para la población, surgiendo los textiles inteligentes como una opción de material textil que permite ampliar la interacción con los ecosistemas, pero de los cuales se carece de conocimiento; por lo tanto, se requiere de un proceso de culturización para que se tenga la información adecuada para el manejo, cuidado y aprovechamiento por parte de la población.

La importancia de la aplicación de esta tecnología en la indumentaria cotidiana se refuerza con el argumento del autor Martín, J. R. S. (2007) quien indica que “Los textiles

inteligentes se conocen como aquellos capaces de alterar su naturaleza en respuesta a la acción de diferentes estímulos externos, físicos o químicos, modificando alguna de sus propiedades, principalmente con el objetivo de conferir beneficios adicionales al usuario" (p.3). Esta condición permite ampliar el campo de uso de los textiles a otros sectores industriales como la moda y que se adapten al contexto actual de la población.

La integración de tecnología en las industrias culturales y creativas es un cambio que las empresas deben incorporar para fortalecer el mercado. Según el *Boletín tecnológico de textiles inteligentes de la superintendencia de industria comercio* (2016) "una estrategia tecnológica en materia de productos con funcionalidades especiales o interacciones diferentes, pasa por establecer mecanismos de definición de necesidades reales de los usuarios finales, su contexto de uso con el exterior y la generación de valores de marca a partir de esta dinámica" (p.19).

En el desarrollo del proyecto de investigación de "Textiles inteligentes pasivos en la indumentaria en Medellín" se han identificado, por medio de la metodología de *design thinking*, las características del consumidor urbano de Medellín en la actualidad, entendiendo que se encuentra en constante evolución de acuerdo a lo que el mercado le ofrezca para mejorar la calidad de vida, pero tiene la falencia de no aplicarla de forma adecuada debido al desconocimiento de la misma por la falta de divulgación y sensibilización sobre el tema.

La caracterización reflejó variables relacionadas con la interacción con el entorno, lo que está ligado al concepto de ciudades como ecosistemas conformados por sistemas abiertos y dinámicos que consumen, transforman, liberan materiales y energía, se desarrollan y se adaptan, y que están determinados por los seres humanos que interactúan con otros ecosistemas (Adams, M.; & Lükewille, A.; 2010) orientados a aspectos tradicionales de supervivencia, sin una mayor trascendencia en la aplicación de los avances en el tema.

De acuerdo a lo anterior el impacto del proyecto está en el desarrollo de una propuesta de indumentaria cotidiana de tipo casual con insumos locales que sean asequibles en el mercado con el valor agregado de textiles inteligentes que interactúen con los ecosistemas y que formen parte de la economía de las industrias culturales y creativas. Por todo ello, las ciudades deben ser analizadas y gestionadas como cualquier otro tipo de ecosistema (The European Environment State and Outlook 2010 Urban environment. EEA, 2011), siendo así una propuesta creativa funcional y estética para garantizar el acceso de estos productos, y así abarcar la diversa población en Medellín y adicionalmente impulsar un nuevo mercado en el sector moda.



Palabras clave: textiles inteligentes, indumentaria, sector moda, ecosistemas, industrias culturales y creativas.

Abstract

The interaction between the fashion ecosystem and the cultural and creative industries in Colombia can be observed in the application of the “Orange Economy” model that brings together the industrial sectors that develop products and services, which are supported by the recognition of intellectual property derived of the cultural, economic and social changes that the population has.

The fashion sector is constantly evolving to propose innovative products based on its own needs or those created for the population, emerging smart textiles as an option for textile material that allows expanding interaction with ecosystems, but which lacks knowledge; therefore, an acculturation process is required so that adequate information is available for management, care and use by the population.

The importance of the application of this technology in everyday clothing is reinforced by the argument of the author Martín, J. R. S. (2007) who indicates that “Intelligent textiles are known as those capable of altering their nature in response to the action of different external stimuli, physical or chemical, modifying some of its properties, mainly with the aim of conferring additional benefits to the user” (p.3). This condition allows expanding the field of use of textiles to other industrial sectors such as fashion and that they adapt to the current context of the population.

The integration of technology in cultural and creative industries is a change that companies must incorporate to strengthen the market. According to the Technological Bulletin of Smart Textiles of the Superintendency of Trade Industry (2016) “a technological strategy in terms of products with special functionalities or different interactions, involves establishing mechanisms for defining the real needs of end users, their context of use with abroad and the generation of brand values from this dynamic” (p.19).

In the development of the research project “Passive intelligent textiles in clothing in Medellín”, the characteristics of the urban consumer of Medellín today have been identified, through the methodology of design thinking, understanding that it is in constant evolution of according to what the market offers to improve the quality of life, but has the shortcoming of not applying it properly due to ignorance of it due to the lack of disclosure and awareness on the subject.



The characterization reflected variables related to interaction with the environment, which is linked to the concept of cities as ecosystems made up of open and dynamic systems that consume, transform, release materials and energy, develop and adapt, and are determined by the human beings that interact with other ecosystems (Adams, M.; & Lükewille, A.; 2010) oriented to traditional aspects of survival, without greater importance in the application of advances in the subject.

According to the above, the impact of the project is in the development of a casual daily clothing proposal with local inputs that are affordable in the market with the added value of smart textiles that interact with ecosystems and are part of the economy of the cultural and creative industries. For all these reasons, cities must be analyzed and managed like any other type of ecosystem (The European Environment State and Outlook 2010 Urban environment. EEA, 2011), thus being a functional and aesthetic creative proposal to guarantee access to these products, and thus encompass the diverse population in Medellín and additionally promote a new market in the fashion sector.

Key words: smart textiles, garments, fashion sector, ecosystems, cultural and creative industries.

Fuentes bibliográficas

- Adams, M., & Lükewille, A. (2010). The European Environment-state and outlook 2010. European Environment Agency.
- Estrada Mona, A., & Parra Mejía, D. C. (2017). Influencia de la Innovación en textiles inteligentes para exportaciones de las Pymes del sector textil en Medellín.
- Magliano S. (2014). Moda Urbano Inteligente. Universidad de Palermo. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/21597_70248.pdf
- Martín, J. R. S. (2007). Los tejidos inteligentes y el desarrollo tecnológico de la industria textil. *Técnica industrial*, 268, 39.
- Nørstebø C. (2004). Intelligent textiles, Soft products. NTNU, Norwegian University of Science and Technology. http://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/1346615923.0761CarlAN_PD9article%208jan2004%20versi-



on%20to%20print.pdf

Rizzo J. (2009). Prendas inteligentes, más allá del diseño y del confort. La Nación. Recuperado de <http://blogs.lanacion.com.ar/bienverde/ecologia/prendas-inteligentes-mas-alla-del-diseno-y-del-confort/>

Roldán A. (2010). Textiles inteligentes. Revista Acta. Recuperado de https://www.acta.es/medios/articulos/ciencias_y_tecnologia/056069.pdf

Sánchez Martín, J. (2007). Los tejidos inteligentes y el desarrollo tecnológico de la industria textil. Revista Técnica Industrial. Volumen 268. Recuperado de <http://www.tecnicaindustrial.es/tiadmin/numeros/28/36/a36.pdf>

Saulquin, S. (2014). Política de las apariencias. Nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo. Paidós: Buenos Aires.

Steinbeck, R. (2011). El «design thinking» como estrategia de creatividad en la distancia. Comunicar, 19(37), 27-35.

Zambrini, Laura (2010a). Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales sobre el cuerpo. En *Revista de Estudios de Género Nomadías*, Nro. 11 Universidad Nacional de Chile: Santiago de Chile.

Zambrini, Laura (2010b). Prácticas del vestir y cambio social: la moda como discurso. En *Revista Questions*, Nro. 24. Universidad Nacional de La Plata: Buenos Aires.

Perfil de la autora

Lina María vanegas Ochoa

Docente e investigadora de la Institución Universitaria Pascual Bravo; pertenece al grupo de investigación ICONO clasificado en categoría B de la facultad de producción y diseño; coordinadora del semillero concepto que se enfoca en la línea de investigación de diseño sostenible para el programa de tecnología en gestión del diseño textil y de moda y profesional en diseño de vestuario, con experiencia profesional en empresas del sector textil-confección y docente de la Universidad Pontificia Bolivariana y la Universidad de Medellín.



Vida y milagros de un emprendimiento autogestionado

•••
Autor

José Fernando Murcia Fajardo
fearte91@gmail.com

Universidad Nacional de Colombia
Medellín, Colombia

Resumen

En esta ponencia quiero contar la historia acerca de mi taller de arte y de Carta Abierta Galería, dos proyectos auto gestionados, cuya historia suma ocho años y algunos meses. Me voy a valer de mis experiencias como artista, así como de contar con las anécdotas ilustrativas para hacer más cercano el cuento sobre la aventura que es ser un artista y galerista independiente en este país.

Para esto, la historia tendrá dos líneas de presentación:

1. Desafíos de la autogestión como estrategia de circulación de la producción artística.
2. Historia del desafío, logros, impacto de la pandemia y aprendizajes.

Y estos puntos se desarrollan con las siguientes líneas:

- a. Autogestión como estrategia de circulación de la producción artística.
- b. Posibilidades de financiación, expectativas y realidad.



c. Ecosistemas de circulación de la creación artística: Faenza, DAC, San Felipe.

Esta es la historia reciente de mi taller de arte y Carta Abierta Galería, los cuales, hasta hace un mes, fueron el centro de mi vida profesional; es la historia de una apuesta en la que el arte juega el papel más importante y donde todo lo que he hecho es para que este proyecto tuviera un largo tiempo de vida.

Emprender una empresa en donde el arte es el aspecto más importante requiere de esfuerzos especiales, en muchas ocasiones muy diferentes, frente a otras actividades comerciales, empezando porque el comercio del arte se basa en transar bienes donde la subjetividad es lo imperante. Cuando se comercia con algo tangible es muy fácil mensurar las características del producto; en el arte, las consideraciones empiezan en preguntas como, qué es y para qué sirve el arte, entonces, y a partir de estas diferencias, estas consideraciones son apenas lógicas. Lo mismo que son de esperar las enormes dificultades del ejercicio del arte como una respuesta a las expectativas de una persona frente a su forma de vida.

Palabras clave: autogestión, experiencia, desafíos, circulación.



Abstract

Tell the story about my art workshop and Open Letter Gallery, two self-managed projects, whose history spans eight years and a few months. I am going to use my experiences as an artist, as well as count on illustrative anecdotes to bring closer the story about the adventure that is to be an independent artist and gallery owner in this country.

For this, the story will have two lines of presentation:

1. Challenges of self-management as a strategy for the circulation of artistic production.
2. History of the challenge, achievements, impact of the pandemic and learnings.

And these points I will develop with the following lines:

- a. Self-management as a strategy for the circulation of artistic production.
- b. Financing possibilities, expectations and reality.
- c. Ecosystems of circulation of artistic creation: Faenza, DAC, San Felipe.

This is the recent history of my art workshop and Open Letter Gallery, which, until a month ago, were the center of my professional life; It is the story of a commitment in which art plays the most important role and where everything I have done is so that this project would have a long life.

Undertaking a company where art is the most important aspect requires special efforts, on many very different occasions, compared to other commercial activities, starting because the art trade is based on trading goods where subjectivity prevails. When trading something tangible, it is very easy to measure the characteristics of the product; in art, the considerations begin with questions such as, what is art and what is it for, then and based on these differences, these considerations are hardly logical. Just as the enormous difficulties of practicing art as a response to a person's expectations regarding their way of life are to be expected.

Key words: self-management, experience, challenges, circulation.

Perfil del autor

José Fernando Murcia Fajardo

Nacido en Valledupar (Cesar), Maestro en artes plásticas de la Universidad Nacional de Colombia; fundador, director, propietario y uno de los curadores de la galería Carta Abierta.



...
**MESA
ACADÉMICA
PROYECTOS
CULTURALES**



Plan Decenal de Cultura de Envigado

Hacia la co-creación de la cultura local

Autores

Lina Marcela Silva Ramírez
lina_silva@deboraarango.edu.co

Andrés Felipe Roso
andres.roso@udea.edu.co

Envigado, Colombia

Resumen

Entre el año 2019 y 2021, Envigado ha venido construyendo el Plan Decenal de Cultura, proceso a través del cual se definen los lineamientos para la gestión y el desarrollo cultural del municipio en los próximos 10 años. En esta ponencia se presentan las apuestas metodológicas que se tuvieron en cuenta para la articulación establecida entre los sectores académico y estatal, que ha llevado a consolidar una visión actualizada de la situación bajo los principios de investigación, participación y co-creación con los diferentes actores locales. De igual manera, se comparten las estrategias desarrolladas y los avances consolidados que darán lugar a la estructuración del documento final a partir de la multiplicidad de voces convocadas.

Palabras clave: planeación cultural, políticas culturales, investigación participativa, co-creación.



Abstract

Between 2019 and 2021, Envigado has been building the Ten-Year Culture Plan, a process through which the guidelines for the management and cultural development of the municipality are defined in the next 10 years. This project presents the methodological tools that were used for the articulation established between the academic and state sectors, which has led to the consolidation of an updated vision of the situation under the principles of research, participation and co-creation with the different local actors. In the same way, the strategies developed and the consolidated advances that will give rise to the structuring of the final document based on the multiplicity of voices summoned are shared.

Key words: cultural planning, cultural policies, participatory research, co-creation

Perfil de los autores

Lina Marcela Silva Ramírez

Socióloga (2009) y Magíster en Historia (2015) de la Universidad de Antioquia, Tecnóloga en actuación y escritura de guiones para las prácticas escénicas teatrales de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango (2009). Licenciada en educación artística de la Universidad Pontificia Bolivariana (2019), actriz y bailarina. Ha complementado su formación con la asistencia a talleres, seminarios y en procesos como el “taller de actualización en la enseñanza del folclor” dictado por el Ballet Folclórico de Antioquia (2001) y la “formación para docentes en danza: una plataforma para el cuerpo” (2014). Diplomados en Educación para el Desarrollo



(2016), liderazgo para la paz (2019) y yoga y Mindfundless para niños (2020-2021). Actualmente es docente de primaria y también hace parte del elenco principal de la corporación Agité Teatro, así como de la agrupación Multidanza. En el ámbito académico ha desarrollado proyectos en calidad de investigadora principal y cuenta con publicaciones derivadas de dichos proyectos en revistas nacionales e internacionales, categoría junior de Minciencias.

En 2019 coordinó la investigación para la construcción de los lineamientos del Observatorio de danza de Antioquia ejecutado por el ICPA y la Universidad de Antioquia y apoyó el trabajo de campo en el observatorio de danza de Medellín, en 2020 lideró la sistematización de experiencias de la Red de Danza de Medellín.

Andrés Felipe Roso Zapata

Candidato a Doctor en Ciencias Sociales (2021) Universidad de Antioquia, medellín (Colombia). Maestría en ciencias sociales en la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales (2007), Paris (Francia). Antropólogo de la Universidad de Antioquia (2005). Ha desarrollado investigaciones relacionadas con cultura, TIC y Gobierno en línea. Asesor de contenidos digitales y docente de cátedra en regiones, con lo cual ha logrado ampliar su visión crítica del territorio.



Perspectivas investigativas de las industrias culturales y creativas: subsector artesanía

••• Autores

Luis David Rodríguez Romero
luis.rodriguezr@uniagustiniana.edu.co

Andrea Carolina Redondo Méndez
andrea.redondo@uniagustiniana.edu.co

Oswaldo Ospina Martínez
oswaldo.ospinam@uniagustiniana.edu.co

Universitaria Agustiniana
Bogotá, Colombia

Resumen

La fase dos de la investigación en la cual se abordan las perspectivas investigativas de las industrias culturales y creativas, se ocupa del subsector de la artesanía. Por ello, aquí se presentan los hallazgos adquiridos en la revisión bibliográfica de artículos con relación al descriptor “artesanías” que se encuentran publicados en revistas indexadas de la base de datos Scopus desde el año 2000 hasta el año 2018. Se logró reconocer que aun cuando la revisión realizada corresponde a un periodo de 19 años a nivel global, se encontraron 15 artículos publicados en la base de datos mencionada. Por otro lado, como se ha logrado evidenciar en el transcurso de la investigación, las artesanías al ser parte de las industrias culturales y creativas presentan también esa



característica multidisciplinar, debido a su incidencia en varios campos de la vida humana. Sin embargo, su mayor valor artístico va dirigido al fortalecimiento de la identidad y la cultura, pues a través de los bienes culturales que se crean por los artesanos se transmiten y exponen las raíces y las costumbres de un grupo social determinado. El nivel de visibilidad que tienen las revistas que publicaron los artículos hallados evidenció que el índice de impacto es muy bajo aun cuando la categorización de las revistas es alta, lo cual expone la falta de investigación desde el área académica con relación al subsector de artesanías y en general de las industrias culturales y creativas.

Palabras clave: industrias culturales y creativas, artesanías, perspectivas investigativas, cultura.



Abstract

The present investigation corresponds to phase two of the investigation in which the investigative perspectives of the cultural and creative industries are approached, being the object of the present advance of the handicraft subsector. For this reason, the findings acquired in the bibliographic review of articles in relation to the descriptor "handicrafts" that are published in indexed journals of the Scopus database are presented from 2000 to 2018. It was recognized that even when the review carried out corresponds to a period of 19 years globally, 15 articles published in the database were found. On the other hand, as has been demonstrated during the research, handicrafts, being part of the cultural and creative industries, also present that multidisciplinary characteristic, due to their incidence in various fields of human life. However, its greatest artistic value is aimed at strengthening identity and culture, since through the cultural assets that are created by artisans, the roots and customs of a specific social group are transmitted and exposed. The level of impact of the journals that published the articles found showed that the impact index is very low even when the categorization of the journals is high, which exposes the lack of research from the academic area in relation to the handicrafts and handicrafts subsector in general of the cultural and creative industries.



Key words: cultural and creative industries, handicrafts, research perspectives, culture.

Fuentes bibliográficas

- Albanese, V.; Oliveras, M.L. y Perales, F.J. (2014). Etnomatemáticas en Artesanías de Trenzado: Aplicación de un modelo metodológico elaborado. *Bolema*, 28(48), 1-20.
- Albanese, V., Perales, F.J. y Oliveras, M.L. (2015). Etnomatemáticas en artesanías de trenzado y concepciones sobre las Matemáticas en la formación docente. *Enseñanza de las Ciencias*, 33(1), 277-278.
- Benavides, A.M. y Hernández-G., A.L. (2015). Disponibilidad de raíces adventicias de tres especies silvestres cosechadas para la elaboración de artesanías en Santa Elena, Antioquia (Colombia). *Caldasia*, 37(2), 345-358.
- Cant, A. (2016). The Art of Indigeneity: Aesthetics and Competition in Mexican Economies of Culture. *Ethnos*, 81(1), 152-177.
- Castellanos, L.M., Buitrago, A.T. y Aranguren, C.I. (2017). Manejo de mauritia flexuosa L.f. Para la producción de artesanías en la altillanura colombiana. *Colombia Forestal*, 20(1), 85-101.
- Delgado de Bravo, MT. (2002). Desarrollo sustentable: una estrategia aplicable a las artesanías de maderas (Valle de Quíbor, estado Lara-Venezuela). *Revista Geográfica Venezolana*, 43(2), 197-214.
- Díaz Brochet, N. (2018, diciembre 14). Nuestras artesanías nos hablan de identidad y nos llenan de orgullo. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/vida/crecimiento-del-mercado-de-artesantias-colombianas-305380>
- Knight Jr. y V.J. (2004). Characterizing elite midden deposits at moundville. *American Antiquity*, 69(2), 304-321.
- Lacoste, P. y Adunka, M.M.L. (2018). Chamantos, ponchos y Balandres en Colchagua y Rancagua (siglos XVII-XIX). *Estudios Atacamenos*, (57), 97-118.
- Meisch, L.A. (2009). Tourism, the state, and the marketing of traditional Andean Artesanías: Problematic encounters, pitfalls, and competing interests. *CEDLA Latin America Studies*, 96, 141-160.
- Meza Andrade, L.M., Ramírez Freyle, E. y Romero Zúñiga, C. (2018). Estándares de competitividad empresarial en las pymes de artesanías wayuu en el distrito turístico y cultural de Riohacha. *Espacios*, 39(47), 24.
- Nurman, Rauf, R. (2018). Strategic development towards a self-sufficiency village in indonesia. *Espacios*, 39(42), 16.
- Oliveras, M.L. y Albanese, V. (2012). Etnomatemáticas en Artesanías de Trenzado: un modelo metodológico para investigación. *Bolema*, 26(44), 1315-1344.



Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación-UNESCO. (1997). Artesanía y Diseño. <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

Romero Zúñiga, C.M., Cataño, C.M. y Mejía González, L.P. (2018). Logística en los canales de distribución de marketing en las empresas de artesanías wayuu. *Espacios*, 39(47), 11-22.

Sánchez, P.S., Domínguez, M.L. y de la Paz Hernández, J. (2010). Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro. *Gestión y Política Pública*. *Gestión y Política Pública*, 19(1), 79-110.

Vance, M.R. (2009). Cecilia Duque Duque: Crafting an industry. *Grassroots Development*, 30(1), 30-37.

Perfil de los autores

Luis David Rodríguez Romero

Estudiante de negocios internacionales, miembro del semillero de investigación SINI. Universitaria Agustiniana.

Andrea Carolina Redondo Méndez

Politóloga, especialista en Docencia, magíster en Investigación Social Interdisciplinar. Universitaria Agustiniana.

Oswaldo Ospina Martínez

Administrador de empresas, especialista en Gerencia de Mercadeo y Psicología del Consumidor, magíster en Psicología del Consumidor. Universitaria Agustiniana.



Ecosistema Naranja

*Articulación de las industrias creativas a
intereses territoriales sostenibles*



Autor

Juan Diego López Medina
juan.lopez@uniremington.edu.co

Corporación Universitaria Remington
Medellín, Colombia

Resumen

El propósito de este trabajo es indagar entre marcas o compañías que, por asuntos de la pandemia, tuvieron que reformularse o nacieron a partir del desempleo resultante por la suspensión comercial y económica. La indagación busca identificar en la realidad de las empresas del Ecosistema Naranja (básicamente en artes y diseño), qué elementos de la economía circular (Las 9 R, yo agrego una décima) aplican y en qué medida aportan al cumplimiento de 3 objetivos de desarrollo sostenible (8. Trabajo decente y crecimiento económico, 9. Industria, innovación e infraestructura, 12. Producción y consumo responsables).

Aunque son ampliamente conocidos 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, el proyecto se limita a los 3 mencionados anteriormente, dado que la indagación preliminar da cuenta de un desconocimiento al respecto del tema por parte de los emprendimientos y se considera que los seleccionados, son con los que las organizaciones



que participen voluntariamente estarán más familiarizadas. Además, se pretende identificar si existe alguna articulación con planes de desarrollo territoriales y a su vez, si dichos planes contemplan dentro de sus líneas de acción, el fomento a las industrias creativas.

El proceso de trabajo de campo apunta a la producción de un capítulo de libro que evidencie el estado de acercamiento a los principios de economía circular de manera natural y empírica, es decir, sin intervenir ni informar previamente a las entidades en qué consiste la economía circular para no afectar el comportamiento de las categorías de análisis en una investigación cualitativa naturalista. Además, un libro que describe a partir del trabajo de campo las 10 R y 2 C de la economía circular aplicada, en este caso a las industrias del Ecosistema Naranja.

Palabras clave: industrias creativas, ecosistema naranja, Plan de Desarrollo, objetivos de desarrollo sostenible, economía circular.



Abstract

The purpose is to inquire between brands or companies that, due to the pandemic, had to be completely reformulated or were born from the unemployment resulting from commercial and economic suspension. The research seeks to identify in the orange ecosystem companies context (basically in arts and design), what elements of the circular economy (The 9 Rs, I add a tenth) apply and how much contribute to the fulfillment of 3 sustainable development goals (8. Decent work and economic growth, 9. Industry, innovation and infrastructure, 12. Responsible consumption and production).

Although 17 Sustainable Development Goals are widely known, the project is limited to the 3 mentioned above, since the preliminary investigation reveals a lack of knowledge about the subject by the enterprises and it is considered that the selected are the ones with which organizations that participate voluntarily will be more familiar. In addition, it is intended to identify if there is any articulation with territorial



development plans and at the same time, if said plans include within their lines of action, the promotion of creative industries.

The fieldwork process aims at the production of a book chapter that evidences the state of approach to the principles of circular economy in a natural and empirical way, that is, without intervening or previously informing the entities of what the economy circular consists so as not to affect the behavior of the analysis categories in a qualitative naturalistic research. In addition, a book that describes from field work the 10 Rs and 2 Cs of the circular economy applied in this case to the industries of the orange ecosystem.

Key words: creative industries, orange ecosystem, Development Plan, sustainable development goals, circular economy.

Referencias

- Adriana, D., Lecuona, M., Martín, M., & Maldonado, B. (2019). Incorporación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en la estrategia empresarial como ruta hacia la creación de valor y su efecto en la percepción de las comunidades locales. *Academia Journals*, 11(6), 1447–1453. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=d9081c9a-fc72-417f-b232-8d66da8c621c%40sessionmgr4008>
- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología. In *Paidós Educador* (p. 222). <http://sapp.uv.mx/univirtual/especialidadesmedicas/mi2/modulo2/docs/InvestCualitativa.pdf>
- Bedoya Jiménez, M. A., López-Medina, J.-D., Quintero Arango, L. F., & Martínez Gómez, J. (2019). Diseño de una estrategia de valor compartido para el proyecto minero Danazul Gold (pág. 20). In *XXII Encuentro Nacional de Investigación* (Issue 22, p. 215). Universidad Católica Luis Amigó y Universidad de Medellín. https://www.researchgate.net/publication/344689203_Disenio_de_una_estrategia_de_valor_compartido_para_el_proyecto_minero_Dannazul_Gold_pag_20
- Bedoya, M. A., Martínez, J., López-Medina, J.-D., & Quintero, L. F. (2020). Valor compartido y planeación estratégica: factores de transformación empresarial en el sector minero. *Revista Espacios*, 41(45), 1–9. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n43p01>
- Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Puntoaparte Bookvertising. http://boletines.prisadigital.com/La_economia_naranja_Una_oportunidad_infinita.pdf
- Consejo Nacional de Ciencia, T. e innovación T. (2015). *Campos de la Investigación y el Desarrollo OCDE*. Vocabularios. https://concytec-pe.github.io/vocabularios/ocde_ford.html



- Engelage, E., Borgert, A., & Souza, M. A. (2016). Prácticas de Green Logistic: Uma Abordagem Teórica sobre o Tema. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 5(3), 36–54. <https://doi.org/10.5585/geas.v5i3.446>
- Espósito, M., Tse, T., & Soufani, K. (2018). Introducing a Circular Economy: New Thinking with New Managerial and Policy Implications. *California Management Review*, 60(3), 5–19. <https://doi.org/10.1177/0008125618764691>
- Gordo López, Á. J., & Serrano Pascual, A. (2008). Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social. Prentice Hall. <https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/estrategias-y-practicas-cualitativas-de-investigacion-social-gordo-serrano.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Katz, R. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. Ariel. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38916/ecosistema_digital_AL.pdf?sequence=1
- Kok, G., & See, H. (2014). Harmonious Society and Corporate Social Responsibility : Shaping the Factors That Drive Environment-Related CSR. 7(1), 41–51.
- Kotler, P. (2001). Dirección de Mercadotecnia. In Pearson Educación (Octava). Pearson education. https://www.academia.edu/28223527/Direccion_de_mercadotecnia_Philip_Kotler
- Leal, A., & Quero, M. (2011). *Marketing Y Comunicación Cultural* (Vol. 44). Universidad de Cádiz. Servicio de Publicaciones.
- Lopera Quiroz, C., & (Comp.), A. (2020). Sostenibilidad, cultura y sociedad. In *Comunidades* (Vol. 6, Issue 8). Fondo Editorial Pascual Bravo. <https://pascualbravo.edu.co/wp-content/uploads/2020/03/libro-sostenibilidad-cultura-sociedad.pdf>
- López-Medina, J.-D. (2017). Trazabilidad sostenible de las confecciones; Actuar para ellos es ganar valor de marca para nosotros. VI simposio internacional de diseño sostenible (pp. 13, 16). Institución Universitaria Pascual Bravo. http://simposio.pascualbravo.edu.co/?page_id=2290
- López-Medina, J.-D., & París Restrepo, R. M. (2017). Brecha entre la realidad y la sostenibilidad en los procesos de producción de confecciones colombianas. XX Encuentro Nacional de Investigación Funlam, 150–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.21501/2463-0004.2017>
- Marketing y finanzas. (2017). ¿Qué es la economía naranja? (p. En línea). Marketing y finanzas. <https://www.youtube.com/watch?v=paQ9uiml22Q>
- OECD (2021). *OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2020*. OECD Publishing. <https://doi.org/>



g/10.1787/75f79015-en

Ramírez, V. H. (2020). Los impactos de la pandemia en la economía colombiana. Agencia de Información Laboral. <https://ail.ens.org.co/opinion/los-impactos-de-la-pandemia-en-la-economia-colombiana/>

Rodríguez Acevedo, J. A. (2019). ESQUEMA DE PRODUCCIÓN DE ANIMACIÓN, VIDEOJUEGOS Y SU PERSPECTIVA COMERCIAL EN EL CONTEXTO ACTUAL DE MEDELLÍN. Universidad Pontificia Bolivariana.

Schwab, K. (2017). La cuarta revolución industrial. Penguin Random House Grupo Editorial. [http://40.70.207.114/documentosV2/La cuarta revolucion industrial-Klaus Schwab \(1\).pdf](http://40.70.207.114/documentosV2/La%20cuarta%20revolucion%20industrial-Klaus%20Schwab%20(1).pdf)

Uribe-Macías, M. E., Vargas-Moreno, Ó. A., & Merchán-Paredes, L. (2017). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. *Entramado*, 14(1), 52–63. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27107>

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Gedisa Editorial, 2002, 1–22.

Perfil del autor

Juan Diego López Medina

Doctor en Comunicación Visual, Corporación Universitaria Remington, docente universitario desde 1997 en 12 IES nacionales, investigador desde 2011, actualmente vinculado a la Universidad Católica Luis Amigó como líder de línea de investigación en Publicidad Social en el grupo Urbanitas y a la Corporación Universitaria Remington como investigador en el grupo Asimétrico.



Gestión de proyectos culturales, creativos, y de emprendimiento, como competencia transversal en la formación de gestores y artistas audiovisuales y multimediales en el contexto de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango



Autores

Juan Felipe Londoño Ramírez
decanaturaproyectosculturales@deboraarango.edu.co

Juan Sebastián Gil Gil
decanaturaaudiovisuales@deboraarango.edu.co

Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango
Institución Redefinida
Envigado, Colombia

Resumen

El enfoque multidisciplinar de la gestión cultural aún produce cierta desconfianza en ciertos círculos académicos. Los procesos, modelos y productos de investigación que desde esta actividad pueden plantearse y proponerse, parecieran no tener asidero debido a sus vacíos epistemológicos y objeto de estudio no definido. Este panorama ha encontrado una línea específica de acción en el marco de las prácticas artísticas



en contexto de la IES Débora Arango y los artistas audiovisuales y multimediales. Es así que desde las líneas de investigación de los programas académicos técnicos y tecnológicos en Proyectos Culturales y Contenidos Audiovisuales de dicha institución, se han encontrado rutas articuladoras que permiten, desde la investigación-creación, la gestión y circulación de productos, reunir elementos para que el creador de contenidos audiovisuales, como centro de la oferta mediática (entendida desde multiplicidad de formatos: cine, televisión, internet), posea un papel activo y fundamental en la nueva construcción de identidades –colectivas y personales–, y que su ejercicio creativo no se limite más allá de la producción y proyección de piezas tradicionales sino por el contrario a su gestión, monetización y circulación, logrando así una articulación entre dos programas académicos desde ejercicios de extensión y proyección social. Finalmente se hace un recorrido histórico y cronológico a partir del crecimiento de ambos programas y las experiencias obtenidas en procesos de articulación académica, investigativa y de productos, que indagán en actividades de extensión y proyección social, desde lo local y lo internacional, bajo el liderazgo de las unidades de formación en gestión.

Palabras clave: Audiovisuales, Proyectos culturales, arte, articulación en contexto.



Abstract

The multidisciplinary approach to cultural management still produces a certain mistrust in certain academic circles. The processes, models and research products that can be raised and proposed from this activity seem to have no basis due to their epistemological gaps and undefined object of study. This panorama has found a specific line of action within the framework of artistic practices in the context of IES Débora Arango and audiovisual and multimedia artists. Thus, from the lines of research of the technical and technological academic programs in Cultural Projects and Audiovisual Content of said institution, articulating routes have been found that



allow, from research-creation, management and circulation of products, to gather elements so that the creator of audiovisual content, as the center of the media offer (understood from a multiplicity of formats: cinema, television, internet), has an active and fundamental role in the new construction of identities –collective and personal–, and that their creative exercise does not is limited beyond the production and projection of traditional pieces, but on the contrary to its management, monetization and circulation, thus achieving an articulation between two academic programs from exercises of extension and social projection. Finally, a historical and chronological journey is made based on the growth of both programs and the experiences obtained in processes of academic, research and product articulation, which investigate extension activities and social projection, from the local and the international, under the leadership of management training units.

Key words: Audiovisual, Cultural Projects, art, articulation in context.

Fuentes bibliográficas

Barbero, J. M. [et al.]. (2000). Industrias culturales. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

García Canclini, N. (1995). Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Grijalbo. México.

Licona Calpe, W.M. (2004). Cultura y desarrollo integral: viejos ideales, nuevas estrategias. En: Colombia Universidad y Empresa ISSN: 0124-4639 ed: Universidad del Rosario v.6 fasc. p.42 - 57 .



Juan Sebastián Gil Gil

Decano de los programas en Contenidos Audiovisuales, además de docente de Teorías de la Comunicación y Guion. Comunicador en Lenguajes Audiovisuales, Tecnólogo en Escritura de Guiones, Máster en Tecnología e Innovación Educativa y Magíster en Comunicación y Educación con énfasis en Transmedia. Sus líneas de estudio están orientadas a las narrativas transmedia, la creación de contenidos multimediales de aprendizaje y experiencias de usuario, el lenguaje, la educomunicación, los *mass media* y nuevos medios, y las ciberciudadanías desde una mirada crítica de nación y creación audiovisual. Guionista y diseñador instruccional. Ha trabajado en el sector privado y público, en programas de radio y tv locales, así como guionista de diversos cortometrajes de ficción y documental y en la generación de amplio contenido educativo para plataformas del MEN, gobernaciones y alcaldías.

Juan Felipe Londoño Ramírez

Magíster en Gestión Cultural de la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en Gestión Cultural. Énfasis en Planeación y Políticas Culturales de la Universidad Nacional de Colombia, licenciado en Educación Básica con Énfasis Artístico y Cultural: Música de la Universidad la Universidad de Antioquia, Licenciado en Educación Artística y Cultural de la Universidad de San Buenaventura. Músico, docente y gestor cultural. Actualmente se desempeña como decano del programa de Proyectos Culturales en la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, donde lidera procesos de construcción y ejecución de proyectos culturales en el marco de las industrias creativas y culturales. Además, es docente de cátedra en el Instituto Tecnológico Metropolitano ITM de Medellín. Desde lo artístico es director general de la orquesta de salsa Guateque Project, y de música tropical La Cumbiambera Orquesta.



Análisis socio-antropológico de las iniciativas públicas dirigidas a la promoción y valorización del arte indígena



Autor

Jean Paul Sarrazín Martínez
jean.sarrazin@udea.edu.co

Medellín, Colombia

Resumen

La producción artística de los grupos indígenas en Colombia es considerada como una riqueza cultural que debe ser preservada, reconocida y valorada por las poblaciones no indígenas. Esta valoración de la diversidad cultural ha generado políticas públicas que promueven la comercialización y el consumo de estas creaciones de origen indígena. Ante esto, se plantean las siguientes preguntas: ¿Son estas políticas y prácticas coherentes con el discurso de preservación de las culturas indígenas? ¿Qué tipo de efecto tienen dichas políticas en las comunidades indígenas? ¿Cuál es el resultado de esas relaciones interétnicas en la producción artística de los indígenas? La metodología utilizada fue de tipo cualitativo, analizando los discursos institucionales a propósito de la creación cultural indígena, y estudiando las prácticas que las políticas culturales han generado. Se concluye que estas acciones institucionales, más que promover la preservación del arte indígena, contribuyen a su inserción en lógicas occidentales y capitalistas.



Palabras clave: culturas indígenas, diversidad cultural, multiculturalismo, arte indígena, políticas étnicas, consumos culturales.



Abstract

In Colombia, the artistic production of indigenous groups is considered a cultural wealth that must be preserved, recognized and valued by non-indigenous populations. This appreciation of cultural diversity has generated public policies that promote the commercialization and consumption of these creations of indigenous origin. Given this, the following questions are raised: Are these policies and practices consistent with the discourse of preservation of indigenous cultures? What kind of effect do these policies have on indigenous communities? What is the effect of these inter-ethnic relations in the artistic production of the indigenous people? The methodology used was qualitative, analyzing institutional discourses regarding indigenous cultural creation, and studying the practices that cultural policies have generated. It is concluded that these institutional actions, rather than promoting the preservation of indigenous art, contribute to its insertion in Western and capitalist logics.

Key words: indigenous cultures, cultural diversity, multiculturalism, indigenous art, ethnic politics, cultural consumption

Perfil del autor

Jean Paul Sarrazín Martínez

Doctor en Sociología (Universidad de Poitiers, Francia). Profesor investigador en la Universidad de Antioquia. Profesor de antropología y sociología en la Universidad de Los Andes (2012-2014), investigador del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (2012-2013) y profesor de planta del Departamento de Sociología de la Universidad de Antioquia (2014-actualmente).



...
**PROYECTO
PEDAGÓGICO
INTEGRADOR**



Narrativas Urgentes



Autores

Nestor Raúl Pérez
nperez@deboraarango.edu.co

Yoni Alexander Osorio
yosorio@deboraarango.edu.co

Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango
Institución Redefinida
Envigado, Colombia

Resumen

Este trabajo emerge del proceso de investigación para el desarrollo del PPI (Proyecto Pedagógico Integrador), estrategia pedagógica y didáctica que integra los diversos saberes y líneas de formación de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango. En él se encuentra el resultado de lo encontrado en los laboratorios de investigación que se plantearon como estrategia para pensar, habitar y crear sobre el territorio en medio de la contingencia presentada por la pandemia desde el 2020, estos laboratorios fueron enmarcados dentro de la propuesta “Narrativas Urgentes” espacios para la creación desde la experimentación de formas de percibir y narrar el territorio, en medio del confinamiento.

Cada una de las decanaturas propuso un laboratorio como espacio de reflexión, investigación y creación, en donde se exploraron además de soportes para la comunicación, manejo de la información y generación de registros, otras formas de percibir, ver y narrar los diferentes tipos de territorio (el cuerpo, la casa, la calle, el barrio, entre



otros), junto a la exploración de autores, teorías y corrientes contemporáneas que aportaran en agudizar la mirada desde la situación a la que se enfrenta la humanidad.

Los productos de estos laboratorios fueron seleccionados y recopilados dentro de soportes audiovisuales con el fin de hacer un compendio a manera de festival audiovisual en donde se muestran los resultados de lo propuesto por parte de los estudiantes en los laboratorios festival, para luego ser llevado a los espacios más significativos del municipio de Envigado, y con ello llamar la atención sobre el soporte vital de la memoria para el crecimiento colectivo y comunitario, y repensar la relación que se tiene con los espacios reales, simbólicos e imaginarios en su conformación como territorios vitales.

Palabras clave: territorio, habitar, narrativas, creación, memoria, reflexión.



Abstract

This work emerges from the research process for the development of the PPI (Integrative Pedagogical Project), a pedagogical and didactic strategy that integrates the various knowledge and training lines of the Débora Arango Higher Technological School of Arts. In it is the result of what was found in the research laboratories that were proposed as a strategy to think, inhabit and create on the territory in the midst of the contingency presented by the pandemic since 2020, these laboratories were framed within the proposal "Urgent Narratives" spaces for creation from the experimentation of ways of perceiving and narrating the territory, in the midst of confinement.

Each of the deanships proposed a laboratory as a space for reflection, research, and creation, where, in addition to support for communication, information management, and record generation, other ways of perceiving, seeing, and narrating the different types of territory were explored. (the body, the house, the street, the neighborhood, among others), together with the exploration of authors, theories and contemporary currents that will contribute in sharpening the gaze from the situation that humanity faces.



The products of these laboratories were selected and compiled within audiovisual media in order to make a compendium as an audiovisual festival where the results of what was proposed by the students in the festival laboratories are shown, to then be taken to the most significant spaces in the municipality of Envigado, and thereby draw attention to the vital support of memory for collective and community growth, and rethink the relationship with real, symbolic and imaginary spaces in their conformation as vital territories.

Key words: territory, dwelling, narratives, creation, memory, reflection.

Fuentes bibliográficas

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (1995). *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.

Foucault, M. (1997). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.

Larios, S. (2020). *Delicadeza y potencia de los objetos documentales en escenas*. Obtenido de Titeresante: <http://www.titeresante.es/2017/05/delicadeza-y-potencia-de-los-objetos-documentales-en-escena-por-shaday-larios/>

Mincultura. (2020). *Embera*. Obtenido de Denominaciones del pueblo y la lengua Embera: <https://www.mincultura.gov.co/areas/poblaciones/APP-de-lenguas-nativas/Documents/Embera.pdf>

Mockus, A. (2000). *Gozarnos la productividad*. En: *Una reflexión sobre Colombia desde la educación* (págs. 17-36). Medellín: Fondo editorial EAFIT.

Palacio, L. v., & Álvarez, J. (2002). *Anotaciones para el análisis del discurso pedagógico*. *Educación y pedagogía*, 13 - 25.

Rodari, G. (2016). *Gramática de la fantasía*. Barcelona: Planeta.

Serres, M. (2002). *Los cinco sentidos*. Buenos Aires: Taurus.



Tilly, C. (1991). *Grandes estructuras, procesos amplios y comparaciones enormes*. Madrid: Alianza.

Vilar, G. (2019). Cuatro conceptos de investigación artística. *Estética*, 933 - 938.

Yory, C. M. (2007). *Topofilia o la dimensión poética del habitar*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

Perfil de los autores

Néstor Raúl Pérez Ramírez

Magíster de la Maestría en Artes de la de la Universidad de Caldas, Maestro en Artes Plásticas de la fundación Universitaria de Bellas Artes, docente-investigador de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango, donde también acompaña el Semillero de Investigación CREAARTE (laboratorio creativo).

Sus preocupaciones artísticas han circulado en torno a temas del pensamiento ambiental, específicamente la relación del artista como sujeto creador con la naturaleza y cómo se suscribe las operaciones artísticas en el medio ambiente, el impacto que estas relaciones generan, y con ello tratar de descolonizar el discurso antropocentrista sobre la naturaleza buscando armonizar la relación de los seres vivos que habitan el planeta mediante prácticas artísticas contemporáneas.

Yoni Alexander Osorio

Docente vinculado con el Municipio de Envigado; profesor de cátedra de la Universidad de Antioquia y de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango. Egresado de la Escuela Popular de Arte, Licenciado en Filosofía de la Universidad de Antioquia y Magíster en literatura de la Universidad Pontificia Bolivariana. Es artista plástico con gran experiencia en la producción musical para teatro y música infantil. Ha coordinado durante varios años el semillero de Dramaturgia actoral de la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango y actualmente es investigador en el grupo de Pedagogías integradoras de dicha institución.



V | **Seminario Internacional
de Investigación en
Prácticas Artísticas**

Memorias de ponencias
Noviembre 3, 4 y 5 de 2021