

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



**TESIS DOCTORAL**

Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades, en el marco de las  
industrias culturales en Barranquilla / Colombia

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Moraima Camargo González

DIRECTORA

María de la Almodena Cortés Maisonave

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA**



**TESIS DOCTORAL**

**CIUDAD CARIBE SOÑADA**

**Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades, en el  
marco de las industrias culturales en Barranquilla / Colombia**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Moraima Camargo González

DIRECTOR

María de la Almudena Cortés Maisonave

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



**CIUDAD CARIBE SOÑADA**

**Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades, en el marco de las industrias culturales en Barranquilla / Colombia**

PRESENTADO POR

MORAIMA CAMARGO GONZÁLEZ

DIRECTORA

DRA. MARÍA DE LA ALMUDENA CORTÉS MAISONAVE

A La Arenosa

A Ramón Illán Bacca,  
querido colega y colaborador

*In memoriam*

## AGRADECIMIENTOS

Este trabajo final representa un largo proceso de exploración y descubrimiento que ha ido más allá de lo profesional, ha trascendido aquella antropología que elegí como parte de mi camino de vida, hace ya más de dos décadas. Ha sido, más que todo, un viaje de autoconocimiento; de mis prejuicios y mis límites, pero también de mis fortalezas. La perseverancia y la resiliencia han sido fundamentales para llevarlo a feliz puerto.

En esta aventura emprendida sobre algo tan cercano a mi corazón como lo es Barranquilla -mi ciudad natal-, pero llevada a cabo en gran parte desde la distancia, he puesto un inmenso esfuerzo. Por esto, en primer lugar, doy gracias a Dios (o como quieran llamarle), por la fortaleza para desarrollar y finalizar este proyecto. Por supuesto, muchas gracias a Almudena Cortés Maisonave -mi tutora y directora- por apoyarme y guiarme a través de este. Y, con ánimos de ser lo más incluyente posible, el siguiente es un inmenso agradecimiento a todas aquellas personas que aportaron para la realización de este trabajo: amigos, conocidos y colaboradores varios, quienes me brindaron su tiempo y su confianza.

Por último, mientras realizaba la tesis, la vida seguía con sus altos y sus bajos. En ese fluir vital estuvieron presentes muchas otras personas quienes, de forma directa e indirecta, aportaron a este proceso y fueron mi soporte emocional; mi red de apoyo. Vivo agradecida por su paso o presencia en mi vida. La primera de ellas, mi madre con su confianza inquebrantable en mí y su apoyo incondicional.

## Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades</b> .....	13
<b>Recorrido urbano: objetivos y contenido</b> .....	16
<b>CAPÍTULO 1</b> .....	20
<b>MARCO METODOLÓGICO Y TEORICO-ANALÍTICO: RUTA Y REFLEXIONES</b>	
<b>SOBRE MI QUEHACER ETNOGRÁFICO</b> .....	20
<b>Barranquilla y yo</b> .....	23
<b>Aproximaciones al contexto propio y a uno mismo</b> .....	27
<b>Estructuración y desarrollo del ejercicio investigativo</b> .....	40
<b>Referentes teórico-analíticos</b> .....	45
Mercantilización de la ciudad neoliberal .....	45
Identidad y agencia .....	52
Industrias Culturales: patrimonialización y mercantilización .....	59
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	68
<b>BARRANQUILLA: CIUDAD CARIBE, SITIO DE LIBRES Y PUERTO</b>	
<b>COMERCIAL</b> .....	68
<b>El Caribe, mar de los encuentros</b> .....	69
<b>Más allá de las montañas y las islas: la Colombia caribe</b> .....	76
Se busca construir región .....	76
Hegemonía territorial: racialización y marginación desde el centro .....	94
<b>Desigualdad en un Sitio de Libres caribe: Barranquilla y el desarrollo en la modernidad</b> .....	103
Barranquilla: “libre”, laica y pionera .....	103
Urbanización de Barranquilla: consolidación de las desigualdades en una ciudad ‘libre’ y ‘abierta’ .....	114
<b>CAPITULO 3</b> .....	127

<b>EMPRENDIMIENTOS CULTURALES EN LA CIUDAD FRAGMENTADA: UNA APROXIMACIÓN A ACTORES, ESPACIOS Y POLÍTICAS CULTURALES EN BARRANQUILLA</b> .....	127
<b>La fragmentación urbana desde la estratificación social</b> .....	128
<b>Espacios de las artes en Barranquilla: intelectuales y académicos jalonando el proceso</b> .....	135
Sobre la memoria y el olvido en Barranquilla.....	135
Arte a lo largo del siglo XX en Barranquilla: un siglo, tres momentos y un poco más .....	142
<b>‘Lo propio’: tradición y cultura popular en Barranquilla</b> .....	159
<b>Diseño, música y gastronomía</b> .....	171
Diseño Mono, Todomono .....	173
Bololó Lab .....	180
Systema Solar .....	183
Colectro.....	189
Bozá .....	193
Stereocuco .....	196
Gastronomía, Chef Alex Quessep .....	199
<b>Industrias y políticas culturales desde el Estado colombiano</b> .....	205
Economía naranja y políticas públicas.....	205
Gestión y emprendimiento cultural en Barranquilla .....	217
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	227
<b>COMERCIALIZAR Y CONSUMIR LA CIUDAD CARIBE: MERCADO CULTURAL E IDENTIDAD</b> .....	227
<b>Barranquilla y el Caribe a través de la gastronomía, el diseño y la música</b> .....	228
<b>El mercado de lo auténtico: comercialización del Caribe inmaterial</b> .....	253
Caribe etnizado, cultura popular y tradición: ejes en la mercantilización de la ciudad neoliberal.....	280
<b>Espacios de apropiación y consumo de la ciudad caribe</b> .....	304
Redes y sinergias nacionales e internacionales desde el consumo cultural de la ciudad caribe.....	338
<b>Identidades, construcciones hegemónicas desde el mercado cultural</b> .....	353

<b>Prácticas y representaciones encontradas: entre la ciudad ideal y la ciudad reproducida</b> .....	359
<b>CONCLUSIONES</b> .....	362
<b>REFERENCIAS</b> .....	375
<b>Listado de imágenes</b> .....	389
Capítulo 2.....	389
Capítulo 3.....	389
Capítulo 4.....	391
<b>ANEXO</b> .....	394
<b>Perfil personas entrevistadas (entrevistas semiestructuradas a profundidad)</b>	394
<b>RESUMEN</b> .....	401
<b>ABSTRACT</b> .....	404

## CIUDAD CARIBE SOÑADA

Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades, en el marco de las industrias culturales en Barranquilla / Colombia



**PORTADA:**

Réplica de un picó. Diseño en miniatura de un picó (grandes máquinas de sonido del Caribe colombiano) realizada por los diseñadores de la marca barranquillera Todomono. Decorado con la gráfica que caracteriza a estos equipos, podemos ver una fusión entre la imagen de un picó tradicional de la ciudad (El Gran Pijuan) y un personaje de Star Wars, como representante característico de los ochenta, generación a la cual pertenecen los diseñadores. Hace parte de su colección *Paquito efectivo*.

El concepto surge de los diseñadores de Todomono (Fernando Vengoechea y Johnny Insignares) y el diseño fue ejecutado a mano por William Gutiérrez, artista plástico dedicado a la decoración de picós. EN este caso, en vez de una gran máquina de sonido, es un sistema de audio portátil, el cual incluye radio, bluetooth, USB, Micro SD, Aux y luz led.

**Fuente:** Facebook oficial Todomono (acceso abierto), 2018  
<https://www.facebook.com/pdmono/photos/a.10150376896213634/10155959791868634/>

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación me llevó a cuestionar - como antropóloga, docente universitaria y gestora cultural barranquillera- las construcciones identitarias en torno a las cuales solía percibirme y pensarme. Esa fue la primera tensión que se haría evidente al desarrollar este trabajo en el contexto social y los espacios culturales donde solía desenvolverme en la ciudad de Barranquilla.

Es así, como las tensiones en la investigación se han presentado como una constante desde sus inicios. Al problematizar las propuestas surgidas desde algunos emprendimientos culturales (iniciativas creativas enmarcadas en las industrias culturales) en torno a la construcción de ciudad y el sentido de pertenencia urbano en Barranquilla, nos encontramos con tensiones entre lo que se espera alcanzar -como agentes sociales desde la academia y las artes- y aquellas dinámicas sociales y económicas que generamos y reproducimos en la ciudad. En la búsqueda del fortalecimiento del sentido de pertenencia con la urbe, muchas veces fomentamos la exclusión de las clases populares del disfrute y apropiación de los espacios y prácticas urbanas que queremos visibilizar, a través de la elitización y etnización de referentes de la cultura popular del Caribe colombiano.

Al estar inmersos en el contexto que vamos a analizar, en ocasiones, no resulta sencillo percibir los privilegios y observar claramente algunas de las realidades que nos envuelven. Construimos las interacciones con la ciudad a partir de las representaciones que hemos conformado a través de las experiencias en y con la misma. Es por eso, que el presente trabajo me ha llevado a replantear desde dónde estoy construyendo mis identidades, más precisamente mi identidad

relacionada con la ciudad; a partir de cuáles referentes, por qué y con qué herramientas.

Todo ello, ha posibilitado hacer evidentes privilegios de clase que no tenía presentes y que, sin embargo, conforman en gran medida, las bases desde las cuales vivo, experimento la ciudad, y construyo mi sentido de pertenencia en relación con la misma; los referentes identitarios que retomo y las apropiaciones y resignificaciones que valoro, e incluso, exalto a la hora de identificarme como Barranquillera y mujer caribe. Veremos entonces, que se presentan tensiones entre esa ciudad imaginada y algunas de sus realidades. Las articulaciones de discursos y realidades en el marco de estas tensiones nos facilitan espacios de reflexión.

Desde los emprendimientos culturales que abordaremos se plantea impulsar el fortalecimiento del sentido de pertenencia con la ciudad y el Caribe y, de esta forma, aportar a la construcción de identidad en Barranquilla como ciudad caribe. Esto se debe, por un lado, a que perciben una falta de apropiación y sentido de pertenencia con las realidades presentes y pasadas de la urbe, lo que para algunas de estas iniciativas se constituye en un incentivo para sacar adelante sus propuestas sobre Barranquilla y la región; y, por otro, al descubrimiento de un nicho de consumo de productos culturales enmarcados en esas lógicas identitarias.

Las propuestas a las que nos referimos basan sus trabajos en la resignificación y comercialización de referentes tradicionales y de la cultura popular. Estos proyectos son grandes interpretadores de la realidad y tratan de incidir sobre ella

desde la representación. Procuran construir espacios de identificación a través de la comercialización de productos culturales, pero con esto, también propician la reproducción del statu quo en las relaciones sociales y económicas de la ciudad, reproduciendo y/o fortaleciendo, de esta forma, espacios elitizados y de exclusión. Es justo en este punto que se presenta la articulación y tensión entre discursos progresistas de democratización y construcción de ciudad, y las lógicas hegemónicas de la ciudad neoliberal.

Mi interés principal gira en torno a la construcción social de ciudad y de las identidades que en ella se configuran. En esta ocasión, me acercaré a ellas a través de las industrias culturales en Barranquilla, mi ciudad natal. Tomando como estudio de caso las iniciativas creativas impulsadas en la ciudad desde el diseño, la música y la gastronomía, que retoman referentes de la cultura popular y la tradición, resignificándolos y poniéndolos en valor en el mercado cultural.

Esto nos llevará por un viaje desde la autobiografía -como barranquillera inmersa en espacios urbanos y dinámicas identitarias generadas a partir de iniciativas comercializadas en el mercado cultural- enmarcada en el análisis etnográfico, que nos permitirá apreciar dinámicas urbanas e identitarias de la ciudad caribe, atravesadas por referentes de clase y la comercialización de productos culturales. Para ello, nos interesa abordar la ciudad como espacio de representación (Lefevre, 2013(1974)), dónde más que los objetos que en ella se encuentran nos llaman las relaciones en y con la urbe, los flujos y las redes que la configuran y que, al mismo tiempo, son influidas por ella.

Resulta pertinente anotar, que esta investigación responde a un marco temporal concreto anterior a la pandemia del COVID-19 en el cual aún no se hacían presentes las vicisitudes y los problemas generados por ésta en el país, los cuales, por supuesto han tenido repercusiones sobre algunas de las iniciativas abordadas. Como consecuencia de la actual crisis sanitaria que se presenta en el país algunas de las actividades mencionadas a lo largo de este trabajo han sido virtualizadas, aplazadas o canceladas -al menos temporalmente-, y/o han surgido estrategias alternativas de comercialización dentro de los emprendimientos. Esto da pie a todo un nuevo abanico de cuestionamientos y análisis que, como consecuencia del periodo temporal pertinente en el presente trabajo, no serán abordados en el mismo.

### **Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades**

El interés central de la investigación es abordar la articulación de discursos progresistas con lógicas hegemónicas en procesos de construcción de ciudad e identidad, desde la resignificación y comercialización de productos culturales inspirados en referentes tradicionales y de la cultura popular, en el marco de las industrias culturales en Barranquilla / Colombia.

En los últimos años, en Barranquilla vienen presentándose iniciativas de negocio, que podríamos denominar emprendimientos culturales, en torno a la resignificación de referentes de la tradición y la cultura popular de la ciudad y la región caribe colombiana. Han sido los artistas e intelectuales en distintas áreas quienes han jalonado estas propuestas. Referentes urbanos y regionales inspiran

la creación de productos culturales que, posteriormente, son comercializados en el mercado cultural globalizado mediante un discurso de fortalecimiento y rescate identitario. La hipótesis en torno a este fenómeno es la siguiente:

Desde parte de las élites intelectuales y artísticas barranquilleras, el grueso de la población de la urbe es percibida como carente de una pertenencia fuerte a la ciudad, mostrando falta de apropiación con sus espacios y prácticas tradicionales. Teniendo esto en cuenta, dichas élites buscan legitimar e impulsar una identidad barranquillera - articulada a la región Caribe- de carácter nacionalista que, si bien no persigue apoyar una independencia de la nación colombiana, está respaldada por procesos y discursos que abogan por una mayor autonomía regional y que, históricamente, han perseguido responder a la restricciones políticas y económicas a las que ha estado sometida la región por parte de los poderes centralizados en la capital.

En el marco de esta búsqueda de fortalecimiento de sentido de pertenencia con la Barranquilla caribe se generan iniciativas y espacios culturales que, sin embargo, se encuentran restringidos como consecuencia de la fragmentación de la urbe, configurándose como territorios excluyentes para gran parte de la población urbana. Algunas de estas iniciativas se constituyen como emprendimientos culturales desde las lógicas del mercado cultural globalizado y articulándose del mismo modo, con intereses estatales en torno a la patrimonialización y producción creativa dentro de las dinámicas de las industrias culturales.

Los emprendimientos culturales impulsados en la ciudad desde el diseño, la música y la gastronomía – a pesar de reproducir dinámicas urbanas excluyentes- han buscado fomentar prácticas de pertenencia a una identidad caribe articulada con lo urbano, a través de la resignificación de referentes tradicionales y de la cultura popular; del mismo modo, han venido construyendo redes y sinergias a nivel local, nacional e internacional. Si bien el proponer dichas iniciativas desde ‘lo caribe’ les posibilita moverse simbólica y económicamente a una escala supranacional, se encuentran impulsando una forma idónea, normativa de pertenencia. En esta dinámica, se mira hacia las clases populares sólo con el fin de buscar insumos que alimenten el discurso y las prácticas identitarias que desean impulsarse; la forma de pertenencia e identificación políticamente correcta promovida, en este caso, a través de las propuestas creativas.

Nos encontramos con un fenómeno cercano a la construcción de naciones y nacionalismos, el cual genera sentido de pertenencia desde procesos identitarios legitimadores (de los órdenes hegemónicos preestablecidos). Si bien desde estos emprendimientos culturales -los cuales buscan el fortalecimiento del sentido de pertenencia con la Barranquilla caribe- se visibilizan referentes identitarios urbanos/regionales a través de la comercialización de su producción creativa, estos proponen una identidad urbana elitista basada en relaciones de poder, el cual se ejerce simbólicamente a través de la apropiación y elitización de prácticas de la cultura popular por parte las élites artísticas e intelectuales de la ciudad y del fomento de espacios centrados en el consumo cultural. Fortaleciendo de esta forma, la fragmentación y discriminación, más que generando integración real entre los habitantes de la urbe.

Se vigoriza la producción creativa articulando a la urbe con dinámicas globales dentro del mercado cultural y, al mismo tiempo, se impulsa el sentido de pertenencia a un colectivo de consumo dentro de las clases medias, amarrado a imaginarios de ciudad, región y sociedad que promueven el statu quo social y económico. Mientras tanto, las clases populares son tenidas en cuenta, fundamentalmente, como fuente de inspiración para la elaboración de productos culturales comercializables en el mercado cultural.

### **Recorrido urbano: objetivos y contenido**

Partiendo de lo anterior, en este trabajo se realiza un recorrido por la ciudad de Barranquilla, dónde el principal objetivo ha sido analizar etnográficamente los procesos de construcción de ciudad e identidad y las tensiones que en él se presentan, en el marco de la patrimonialización, comercialización y consumo de productos culturales en la ciudad neoliberal (Barranquilla/Colombia); a través del abordaje de emprendimientos culturales desde el diseño, la música y la gastronomía, los cuales retoman referentes de la tradición y la cultura popular para la elaboración de sus productos.

En primera instancia, expongo la etnogénesis de Barranquilla como ciudad caribe. Cómo a lo largo del último siglo han surgido, desde algunas élites regionales y barranquilleras, iniciativas que buscan la reivindicación y el fortalecimiento del sentido de pertenencia con la costa Caribe colombiana; consolidándose, en este marco, la ciudad de Barranquilla como el principal

centro urbano del Caribe colombiano, teniendo en cuenta las desigualdades y fragmentación que se generan en el mismo.

Partiendo de esto, identifico espacios y dinámicas culturales de la urbe para, de esta forma, contextualizar a los emprendimientos culturales desde el diseño, la música y la gastronomía -los cuales abogan por el fortalecimiento del sentido de pertenencia con la ciudad y la región-, en relación con los espacios culturales en Barranquilla como ciudad fragmentada, el mercado étnico internacional y las políticas públicas locales y nacionales.

Finalmente, exploro la mercantilización de referentes identitarios articulados a lo considerado tradicional y parte de la cultura popular -a través de su etnización, resignificación patrimonialización y comercialización por parte de emprendimientos culturales- y las tensiones que esto genera siguiendo lógicas identitarias en el marco de las dinámicas hegemónicas del mercado cultural globalizado.

Para comenzar, en el capítulo **Marco metodológico y teórico-analítico: ruta y reflexiones sobre mi quehacer etnográfico**, presento la ruta metodológica y teórico analítica que seguí durante el desarrollo de la presente investigación. Muestro mi posición dentro de la investigación y profundizo en cómo mi autobiografía y relación con el contexto y el fenómeno de estudio, juegan un papel fundamental en mi aproximación y análisis. Del mismo modo, expongo el marco analítico que me ayudará a realizar dicho análisis.

En el siguiente capítulo, **Barranquilla: sitio de libres, ciudad caribe y puerto comercial**, me aproximo al Caribe y ubico a Barranquilla, de forma histórica y global, como ciudad caribe, fragmentada y excluyente. En este apartado, por una parte, presento cómo se constituye como ciudad caribe en contraposición al interior del país y las dinámicas que la ha caracterizado como ciudad laica, pionera y receptáculo de migraciones; y, por otra, cómo se consolidaron las desigualdades en la urbe a partir de esas mismas dinámicas.

El tercer capítulo: **Emprendimientos culturales en la ciudad fragmentada: una aproximación a actores, espacios y políticas culturales en Barranquilla** se centra en el desarrollo de las industrias culturales en la ciudad fragmentada. Para ello, comienzo explicando la estratificación socio-espacial en la urbe con el fin de contextualizar los espacios del desarrollo de las artes en la ciudad. Luego de un recorrido por la historia de estas en el siglo XX barranquillero, me centro en la caracterización de las iniciativas en el diseño, la música y la gastronomía que abordaré como estudio de caso. Finalmente, expongo la posición del Estado colombiano frente a las industrias culturales y sus políticas públicas.

Para finalizar, en el capítulo denominado **Comercializar y consumir la ciudad caribe: mercado cultura e identidad**, en un primer momento, presento cómo se está percibiendo y representando a Barranquilla como ciudad caribe desde los emprendimientos culturales analizados. Posteriormente, ahondo en la mercantilización de referentes identitarios etnizados y exotizados, articulados a lo tradicional y la cultura popular por parte de dichos emprendimientos. En este contexto, identifico espacios de consumo, redes y sinergias en las cuales se encuentran inmersas las propuestas que analizamos, afianzando la ciudad como

un nodo de flujos tanto económicos como simbólicos dentro del mercado cultural globalizado. Para finalmente apreciar a las dinámicas identitarias en este marco como construcciones hegemónicas, configuradas desde relaciones de poder cruzadas principalmente por referentes de clase<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> En este punto, es relevante anotar que el trabajo fue escrito siguiendo -para la citación y la referencia de fuentes- las normas APA.

## **CAPÍTULO 1**

### **MARCO METODOLÓGICO Y TEORICO-ANALÍTICO: RUTA Y REFLEXIONES SOBRE MI QUEHACER ETNOGRÁFICO**

En ocasiones tenemos tan naturalizado el trabajo profesional que corremos el riesgo de no tener muy claro desde qué referentes estamos realizando las interpretaciones y análisis, por esta razón resulta importante la constante reflexión en torno a nuestra labor y a nosotros en el marco de esta. El siguiente capítulo, se encuentra encaminado al esclarecimiento de la ruta metodológica y teórica seguida para la realización del presente ejercicio de investigación.

La primera parte del capítulo está dedicada a la reflexión y establecimiento de la ruta metodológica seguida, la cual marcó el subsecuente abordaje de la investigación desde una perspectiva donde mi experiencia personal en el contexto de estudio jugó un papel fundamental en el análisis de este. Tanto la autobiografía, como la valoración de la cercanía -más que del distanciamiento emocional- al campo de estudio, fueron los pilares del recorrido metodológico desarrollado en la presente investigación.

Hablaré entonces, sobre mi posicionamiento como antropóloga al llevar a cabo el trabajo etnográfico en mi propio contexto y la relevancia de tener en cuenta la autobiografía. Seguidamente, presentaré una reflexión sobre mi posicionamiento y algunos conflictos ético-metodológicos que se presentaron en el marco de este ejercicio; para finalizar con una descripción de las técnicas y decisiones metodológicas tomadas en el marco del desarrollo del trabajo.

La segunda parte, se centra en las categorías analíticas que me posibilitaron un recorrido crítico por fenómenos relacionados con la construcción de identidad y ciudad en el marco de la patrimonialización, comercialización y consumo de productos culturales en el mercado neoliberal globalizado.

Inicialmente, abordo el concepto de ciudad neoliberal y su mercantilización. Me aproximo a la centralidad de la ciudad como lugar y la importancia del espacio; la fragmentación, segregación y desigualdad que se desarrollan en el mismo. De igual forma, expongo la perspectiva de Thirdspace, la cual tendré en cuenta a lo largo del desarrollo de la investigación. Posteriormente me centro en la conceptualización de la identidad como una construcción y en la aproximación a su análisis desde las fronteras. Luego, abordando las industrias culturales, acoto el concepto de cultura desde una perspectiva semiótica y plantearemos al consumo cultural como generador de pertenencias.

Para finalizar, resulta pertinente resaltar que los conceptos de espacio, cultura e identidad que manejo son constructivistas, procesuales, relacionales y con una fuerte carga socio-semiótica. En lo referente al concepto de espacio con relación a la ciudad (como forma de organización de este) retomo los planteamientos de Lefevre (2013(1974)), quien aborda a la urbe como un espacio-social, el cual se reproduce constantemente. Ello, me posibilita concentrarme en las relaciones, los flujos y las redes que se configuran en y con la ciudad.

Dichas redes relacionales generan lo que Lefevre denomina 'espacios de representación', los cuales, a su vez, son representados de formas diversas. Esta propuesta de interpretación del espacio urbano se articula con la perspectiva

*Thirdspace* para el análisis de la ciudad expuesta por Soja (1996), la cual entrelaza en su análisis -a través de procesos relacionales- los ámbitos espacial, histórico y social como constituyentes de la urbe. Esto, posibilita analizar el espacio percibido, representado y vivido en su interacción. Un espacio que, de acuerdo con Janoschka (2011) se configura como un campo de batalla simbólico, a partir de los encuentros, intercambios, conflictos y negociaciones -tanto físicas como simbólicas- que en él se desarrollan; un campo donde lo cultural como los procesos a través de los cuales (Canclini, 2004), entre otras cosas, diversos grupos gestionan las relaciones con otros- se encuentra en ebullición.

En tanto que abordo a la urbe como un espacio de representaciones -y en el cual se configuran constantemente representaciones de este- y negociaciones, me aproximo a la cultura desde una perspectiva semiótica. Parto de los planteamientos de Clifford Geertz (1973) en los cuales define a la cultura como una urdimbre de significaciones y doy relevancia a la acepción semiótica del concepto de cultura con el cual trabaja García Canclini (2004) y que me ayuda a aproximarme a las industrias culturales, tema que nos atañe en el presente trabajo. En su acercamiento al concepto de cultura García Canclini retoma a Appadurai y nos brinda herramientas para abordar la cultura (y lo cultural) como procesos relacionales en torno a significaciones en la vida social.

Dentro de estos procesos relacionales se encuentran la construcción y negociación de identidades (de las cuales García Canclini (2004) expone su carácter imaginado, construido y cambiante). Es así, como apreciaré a las identidades como construcciones -desde las fronteras- generadas en las interacciones sociales, por lo que tengo en cuenta los planteamientos de Barth

(1976) sobre la conformación de estas. Al respecto, tomaré en cuenta igualmente las aproximaciones de Castells (1999) a las identidades como la conformación de un nosotros desde la otredad, en la que el aspecto relacional juega un papel relevante, al igual que las fuentes de sentido que son priorizadas para la configuración de estas.

---

### **Barranquilla y yo**

Al iniciar la tesis no imaginé lo complejo que resultaría para mí el proceso de escribir el capítulo metodológico. Este, ha implicado poner en palabras una cantidad de procesos, procedimientos y decisiones que se encuentran, en mi caso (sino en todos), fuertemente cruzados por una carga personal y emocional de la que rara vez se me habló explícitamente en la academia durante mi formación como etnógrafa y que, sin embargo, siempre ha estado presente y constituye parte fundamental del ejercicio intelectual. Además, muchos de esos procedimientos se encuentran profundamente interiorizados y su explicitación, en muchos casos, puede ser complicada. Sin embargo, los investigadores venimos haciendo cada vez más explícita la relación personal con el quehacer etnográfico, desde hace ya algún tiempo.

Además de la carga emocional intrínseca del proceso etnográfico, está el hecho de desarrollar mi investigación en un entorno familiar y muy cercano. Barranquilla es mi ciudad natal, donde he residido y trabajado buena parte de mi vida. El contexto en el que se desenvuelve el presente ejercicio es básicamente mi entorno social en dicha ciudad; amigos, colegas y conocidos, las personas que

me colaboraron con el mismo. Es así como este capítulo se convierte en el más personal de todos, donde expondré, de la forma más clara que me sea posible, los intersticios intelectuales y emocionales por los que transité en los procesos de elaboración y escritura etnográfica.

Teniendo esto en cuenta, mi propuesta metodológica surge principalmente de la problematización de las dicotomías yo/otro, intereses antropológicos/personales, en el quehacer etnográfico. Está basada en la reflexión constante y reconocimiento de lo ilusorias y porosas que pueden resultar dichas dualidades. En ocasiones, resultan ser divisiones cruzadas por la preocupación del sesgo en la investigación y por la posible no validación o aceptación de esta.

---

Con el fin de esclarecer mi punto de partida y locus de enunciación, resulta pertinente hablar sobre mi relación con la ciudad de Barranquilla. Salí de ella - a vivir fuera por primera vez- a los 17 años, a estudiar Antropología en una nueva y desconocida ciudad para mí: Medellín, Colombia. En esos momentos, una de las tres ciudades colombianas con la carrera de Antropología y la segunda ciudad en tamaño y población del país. Las otras tres universidades se encontraban igualmente en el interior andino colombiano, dos en Bogotá (la capital) y una en Popayán (ciudad más pequeña que Barranquilla al suroeste del país).

A pesar de que, para mediados de la década de los 90s, momento en el cual trasladé mi residencia, Medellín era considerada una de las urbes más peligrosas del país como consecuencia del flagelo del narcotráfico y la ola de violencia que este propició, también era percibida en el contexto nacional como una ciudad económicamente más próspera y desarrollada que Barranquilla. En términos

generales, hasta nuestros días -de acuerdo con los rankings nacionales- las mejores universidades del país se encuentran en ‘el interior’<sup>2</sup>, así como el grueso de los posgrados<sup>3</sup> y la mayor inversión en educación y cultura; consecuencia, en parte, de una organización geopolítica centralizada y de los imaginarios de nación sobre los que se fundó Colombia, los cuales han privilegiado constantemente a los territorios andinos. Por ello, irme a estudiar al interior del país, representaba moverme a un territorio ‘desarrollado’, con más oportunidades y calidad de estudio.

Sin embargo, ese no era mi primer contacto cercano con otro contexto cultural, me formé desde muy pequeña en un colegio que se propone como bicultural (colombo-alemán). El Colegio Alemán de Barranquilla es un colegio privado con énfasis en idiomas (alemán, inglés y español) y humanidades. Fundado hace más de un siglo por inmigrantes alemanes, da la posibilidad de realizar estadías de unos tres meses en Alemania con familias locales, con el fin, no sólo de perfeccionar el idioma, sino de tener una inmersión en dicho contexto, esto me permitió vivir algunos meses en el seno de una familia en otro país. El hecho de que mi familia pudiera permitirse financiarme este tipo de educación (tanto a nivel

---

<sup>2</sup> “El interior” es la forma en la que comúnmente nos referimos desde la costa caribe colombiana a la zona andina. A través de este término, no sólo hacemos referencia a una ubicación geográfica, sino también a una distancia simbólica marcada no sólo por costumbres y gastronomías distintas, sino muchas veces también, por estereotipos. Desde la costa, las personas del interior son estereotipadas como serias y frías en correspondencia con el clima (aunque no todos los territorios andinos son fríos); por su parte, desde el interior, los costeños son caracterizados como fiesteros y vagos. Este tipo de dinámicas no llegan a generar regionalismos independentistas, pero sí pueden producir tensiones interpersonales y de convivencia.

<sup>3</sup> Hasta hace poco más de diez años, en la costa Caribe colombiana, sólo había en Barranquilla un par de maestrías relacionadas con las ciencias sociales y humanas, teniendo que desplazarse los estudiantes desde el resto de la región para poder cursarlas, con los costos y las dificultades de transporte que ello implicaba.

escolar como universitario), me dio acceso a un capital cultural y social que no sólo me situó en un nivel de clase media-alta en Barranquilla, también me permitió ubicarme en un grupo social de académicos, intelectuales y artistas, lo cual, en este caso de estudio, me proporciona una perspectiva privilegiada para abordar los fenómenos que nos interesan.

Luego de seis años en la Universidad, regresé a Barranquilla a residir y a trabajar en la academia. En los años posteriores, un par de pasantías de investigación y un posgrado en el exterior harían que estuviera entrando y saliendo de la ciudad, aunque ya desde hacía bastante tiempo sentía que no terminaba de llegar del todo a Barranquilla y, hasta el día de hoy, me identifico con aquel poema de Lourdes Casa para Anna Ventfort (1976): "...como ya para siempre permaneceré extranjera, aun cuando regrese a la ciudad de mi infancia. Cargo esta marginalidad inmune a todos los retornos..."

Entre mis idas y venidas, a través de intereses personales y de mi trabajo como docente universitaria en las áreas de Humanidades y Ciencias Sociales principalmente, empecé a tener contacto con las actividades, espacios e iniciativas artísticas de la ciudad y con las personas vinculadas a ellas, las cuales se ampliaban cada vez más ante mis ojos. He llegado a formar parte integral de la corriente de intelectuales y artistas que, desde hace ya más de una década, han comenzado a generar discursos y prácticas en torno al fortalecimiento del sentido de pertenencia con la urbe.

## **Aproximaciones al contexto propio y a uno mismo**

Las incursiones etnográficas requieren de competencias que cotidianamente hemos desarrollado en el proceso de socialización: la interacción directa con otras personas y la generación de relaciones de confianza, podrían ser las más evidentes. Sin embargo, además de eso, nos exigen el desarrollo de habilidades analíticas que normalmente no hacemos conscientes en el día a día. Sobre todo, nos exige una mirada crítica a los preconceptos y posicionamiento a partir de nuestros antecedentes y teniendo en cuenta el contexto donde planteamos realizar el análisis etnográfico. En el caso de la presente investigación, al iniciar el trabajo conocía el contexto y a los agentes -siendo yo una de ellos-, sin embargo, justamente esa sería una de mis mayores dificultades en el desarrollo de este ejercicio etnográfico.

La complejidad de re-conocerme en el trabajo de campo, el proceso de enfrentarme y soltar certezas y preconcepciones que, hasta el momento no había hecho conscientes, me resultó una ardua labor, más que en cualquier otro ejercicio investigativo que hubiera realizado. En parte, como consecuencia de ese 'sano' distanciamiento emocional y analítico impulsado desde mi formación académica, más tendiente hacia las teorías interpretativas -viendo mi labor como una de tantas lecturas posibles de la realidad- que hacia las constitutivas, en el marco de las cuales mis interacciones reproducen, transforman y construyen el contexto. La reflexividad desde esta perspectiva me ha facilitado repensarme y reconocerme como parte de las dinámicas e interacciones que configuran mi investigación etnográfica (Guber, 2001).

Hasta el momento de iniciar esta investigación, desde mi interés por las dinámicas identitarias, había centrado mis aproximaciones, durante años, en el movimiento social afrocolombiano. Ellas estuvieron impulsadas, no sólo por mis inquietudes en torno a los procesos identitarios, también por una preocupación frente a los conflictos interétnico y a la discriminación racial que, en el caso de Colombia -como en muchos países latinoamericanos-, se manifiesta en las categorías raciales heredadas de la colonia, las cuales aún transversalizan las interacciones cotidianas. Por otra parte, mis clases de antropología a estudiantes de otras disciplinas (en Barranquilla no hay antropología como licenciatura) iban encaminadas a que mis alumnos tomaran conciencia de la diversidad presente en su entorno cotidiano -aquella no sólo centrada en lo étnico, sino en la multiplicidad de expresiones del ser humano-, se interesaran por conocerla, y llegaran a respetarla y valorarla como un aspecto cultural y socialmente enriquecedor.

De esta forma, la diversidad y el reconocimiento del otro diferente siempre han estado presentes en mis preguntas de investigación y en mi quehacer como antropóloga y docente. La antropología me ha proporcionado las herramientas para encaminar e intentar resolver mis preguntas, las cuales hasta el momento había visto y abordado como cuestionamientos sobre la diversidad, sobre los otros. De hecho, sigo considerando que es fundamental dicho enfoque sobre la alteridad en el proceso de comprensión del ser humano, sin embargo, en ocasiones dejamos tan de lado lo que nos une que, a la hora de enfrentarnos con nosotros mismos dentro de nuestros espacios se nos dificulta, pues la diferencia

ha ocupado un espacio central en los imaginarios que hemos construido desde la antropología.

Justamente, al encontrarnos en el espacio propio de socialización y enculturación, la división entre yo y el otro se hace cada vez más evidentemente problemática y, resulta prudente preguntarse: a quién y desde qué referentes estoy considerando lo 'otro'. La cuestión es que, cuando llegas a tu propio contexto, a enfrentarte a tus afectos y demonios a través de una temática que, no sólo te llega, sino en la cual eres actor, todo esto se maximiza; empeorado por el hecho de que muy probablemente ni siquiera lo esperabas y, mucho menos, estabas preparada para encontrarte con las disyuntivas, dudas y cuestionamientos que una situación como esta genera.

No es sino hasta que tenemos que enfrentarnos a ciertas temáticas específicas que nos tocan la fibra, cuando comenzamos a cuestionarnos la validez, utilidad y lo acertado de semejante distanciamiento. El posicionamiento desde la alteridad puede ser metodológicamente útil al intentar comprender las diversas realidades humanas, sin embargo, las afinidades culturales (Lorenzi, 2010), las redes sociales en las que nos encontramos inmersos, el otro como espejo de mi individualidad, pocas veces son tenidos en cuenta cuando pensamos el ejercicio etnográfico. En la medida en que hacemos énfasis en la otredad y la diversidad, en cuanto la valoramos sobremanera, perdemos de vista lo común; común en cuanto compartido, pero igualmente ordinario en la conexión propia con el contexto particular.

En mi caso, al momento de realizar una aproximación desde la etnografía a un contexto emocional, empírica y epistemológicamente más cercano, tuve dificultades. Las principales: el extrañamiento de mi contexto, de mi propia cotidianidad y el camino a re-conocerme dentro del presente ejercicio etnográfico. Vengo de una tradición antropológica que ha tendido a resaltar la alteridad, la diversidad y la diferencia dejando de lado, en ocasiones, lo constitutivo de las interrelaciones dentro del trabajo etnográfico. Es así como, pasar de identificar un tema de investigación e intuir una problemática particular, a desarrollar el análisis etnográfico con las implicaciones emocionales y epistemológicas que conlleva, me resultó supremamente retador y, en ocasiones, agotador.

Mis intereses siempre han girado en torno a los procesos identitarios, pero mis preguntas iniciales estaban centradas en la construcción social de ciudad a partir de las migraciones en Barranquilla. Quería profundizar -a través de historias de barrio- en cómo se habían ido construyendo los espacios urbanos a partir de la diversidad que había confluído como consecuencia de las migraciones a la ciudad. Sin embargo, al ir esbozando -con el acompañamiento de mi tutora- lo que debía ser mi trabajo de campo, apreciamos que sería más viable y enriquecedor realizar una aproximación a la construcción del espacio urbano y sus dinámicas identitarias a través de alguna manifestación cultural en el mismo. Lo primero que se me vino a la mente entonces fueron las nuevas iniciativas que se estaban presentando, principalmente desde el diseño gráfico, la gastronomía y la música, las cuales estaban trabajando a partir de referentes de la tradición y la cultura popular.

Abordar dicha temática fue mi primer impulso ya que - como académica y gestora cultural barranquillera- estaba siendo participes, desde hacía algún tiempo, de una expansión de dichas iniciativas. Algunas de ellas se enmarcaban en un intento por fortalecer el sentido de pertenencia con la ciudad, jalonado por intelectuales y artistas residentes en la misma. Esto se daba como respuesta a la percepción de una falta de apropiación de la ciudad por parte del grueso de la población, fenómeno que considerábamos principal causa de los problemas que se estaban presentando con el espacio público y el patrimonio de Barranquilla: falta de conocimiento, protección y cuidado de los mismo.

A pesar de lo cercano de la temática, en un principio yo no me percibía tan inmersa en la misma, aunque ya me habían dicho en repetidas ocasiones, que yo era parte integral del contexto: una mujer de clase media barranquillera, antropóloga y docente universitaria; con una educación escolar con énfasis en humanidades y con varios referentes en las artes dentro de la familia: mi tía-abuela fue una de las primeras mujeres pintora profesional en la ciudad y, hasta el día de hoy, su obra es reconocida por artistas e intelectuales de la misma; una de mis hermanas, igualmente pintora en formación; un par de primos en el área audiovisual, uno en el área de producción y doblaje y, la otra, en la de vestuario. Además, soy contemporánea en edad a la mayoría de las personas que quería entrevistar, muchos de ellos conocidos e incluso amigos, porque además había sido, durante algún tiempo, gestora cultural en la universidad. Estaba encargada, principalmente, de articular las actividades culturales de la ciudad con la academia en la facultad donde trabajaba, a través, por ejemplo, de la organización de evento (conversatorios, talleres, exposiciones, etc.), en los

cuales teníamos como invitados a artistas e intelectuales de la ciudad y la región Caribe colombiana.

En fin, parecería obvio que pertenecía al círculo social y formaba parte integral del fenómeno que estaba abordando; no me lo fue para nada. Hasta encontrarme inmersa en el trabajo de campo en Barranquilla, no comencé a asimilarlo e incluso, habiendo ya vuelto a Madrid, al parecer mi conciencia al respecto no se hacía explícita del todo.

Cuando decidí llevar a cabo el cambio de temática realmente no caí en cuenta qué tan relacionada estaba yo misma con esta, qué tan cercano era aquello que pretendía analizar. En aquel momento, no percibí qué tan involucrada estaba en los procesos que había decidido abordar en el trabajo, justamente por la cercanía, por lo que implicaba para mi hacer el trabajo sobre mi ciudad, un contexto que de una forma u otra me resulta conflictivo emocionalmente e, igualmente, por lo arraigado que se encontraba en mi quehacer antropológico la alterización. En estos momentos, ya con más distancia, me es visible lo inmersa que me encuentro en los fenómenos que analicé durante la investigación.

Lo aparentemente obvio no resultó tan obvio para mí, me sabía y reconocía barranquillera e interesada en las dinámicas de la ciudad, pero mi identificación consciente con el tema de estudio no iba más allá. No sería hasta algunas semanas después de terminado el trabajo de campo - preparando el informe de este para el seminario doctoral convocado por mi tutora y en el cual se me había pedido hablar de etnografía y autobiografía-, cuando comprendí realmente qué tan involucrada me encuentro en las realidades sociales estudiadas.

A partir de allí, poco a poco, fui viéndome desde otra perspectiva, más reflexiva y consciente tanto de mi labor etnográfica como de mis pertenencias sociales. Ya avanzada la investigación, me ‘descubrí’ como una chica de clase media-alta barranquillera que más allá de interesarme y preocuparme por la ciudad, me encontraba inmersa en dinámicas de comercialización de referentes identitarios y que, a través de mis prácticas culturales, apoyaba e incluso promovía la reproducción de espacios y productos culturales etnizados y elitizados. Verme de esta forma, como una ‘niña puppy<sup>4</sup> barranquillera’, percatarme de mis privilegios, del capital social y cultural con el que cuento, generó conflictos en mí, ya que parecía ir en contravía de aquello por lo que abogaba: un proceso aparentemente incluyente de fortalecimiento de una identidad fuerte con la ciudad. Sin embargo, es a partir de ese punto, de esas tensiones y aparentes contradicciones -y dejando de lado el maniqueísmo- que se han abierto los espacios de reflexión sobre las dinámicas identitarias urbanas en esta investigación.

El pensar mi trabajo desde la autobiografía (Okeley & Callaway, 2005) me llevó a observar más atentamente mi background y a hacerme mucho más consciente de mi posicionamiento y mi rol, no sólo en el contexto que abordé, sino también en general en el ejercicio investigativo que presento. En estos casos, resulta de suma relevancia tener en cuenta el aspecto autobiográfico, con el fin de poner en perspectiva el quehacer etnográfico y al papel como observadores y transformadores de las realidades en las que nos movemos y las cuales

---

<sup>4</sup> Puppy = cachorro, en inglés. Es la forma en la que comúnmente nos referimos a los pijos en la costa caribe colombiana.

pretendemos analizar. Desde esta perspectiva, resalto la importancia de considerar a la etnografía como un proceso que toca la construcción y reconfiguración misma de las identidades en el marco de las interacciones, lo cual puede generar conflictos en términos de toma de decisiones en torno a las interpretaciones y relaciones que se desarrollan en terreno.

Como vengo exponiendo, para desarrollar mi trabajo y resolver las preguntas que tenía sobre mi ciudad, había escogido lo más familiar para mí en el entorno, aquello cotidiano que tenía frente a mí, pero que no me había detenido a ver y analizar conscientemente. Paradójicamente (o no tanto) esa revaloración de la cotidianidad, de lo común, se haría reiterativa a lo largo de mi trabajo de campo por parte de las personas que me colaboraron en el mismo, sobre todo de quienes estaban llevando a cabo los emprendimientos culturales que buscan fortalecer el sentido de pertenencia con la ciudad a través de la resignificación de lo tradicional y la cultura popular. Dentro de esta corriente, ya que no soy artista, desde mi papel como antropóloga, he generado otro tipo de producto cultural que hasta el momento no había considerado como tal: una aproximación y análisis de las realidades en torno a estos fenómenos identitarios y urbanos en los cuales estoy envuelta. Mi propia construcción de identidad se encuentra enmarcada en las realidades que abordé y cruzada por los fenómenos que analicé en la presente investigación. Por esta razón, se ha visto tocada, movida y puesta sobre la mesa a lo largo del proceso.

He de confesar que, con este trabajo particularmente, me invade una sensación de desnudez y exposición que no había sentido con anterioridad. A medida que he ido entregando los informes o exponiendo mis reflexiones, es como si parte

de mi 'yo' nunca expuesto -aquel que se ha configurado a través de mis interacciones vitales tanto en/con mi ciudad natal como fuera de ella- se estuviera reconfigurando públicamente. Las sensaciones de semejante experiencia resultan encontradas y abrumadoras. Por un lado, estaban la estupefacción al darme cuenta de cuánto estaba siendo movida por este trabajo y el temor a la vulnerabilidad en la exposición; por el otro, una perspectiva, a mi parecer, más profunda de lo que implica el quehacer antropológico. Me percaté de la retroalimentación - que todos vivimos, pero que el antropólogo debe hacerse consciente- entre aquello que percibimos como externo y que a partir de nuestro *background* reconfiguramos de forma constante, y lo que puede implicar para nosotros como personas ese conocernos y reconocernos a nosotros mismos permanentemente. Cada uno lo asume de forma diferente, puedes quedarte paralizado y abrumado o tomarlo como parte de un proceso de crecimiento y enriquecimiento personal. Habrá quienes se sientan agradecidos con las herramientas brindadas por la etnografía y cada vez más cautivados por la misma y otros que decidirán alejarse. Y es que, al mirarnos a nosotros mismos podemos enfrentarnos con cualquier cosa; encontrarnos frente a frente con nuestras pasiones, anhelos y demonios.

Esa parte humana del antropólogo (que al final es todo él), rara vez es mostrada o se deja entrever en los trabajos y, sin embargo, sabemos que los atraviesa e influye en los mismo (Okely y Callaway, 2005), sobre todo, en los ejercicios donde tienes la posibilidad de escoger el contexto y tema de investigación, ya que estarán marcados por los antecedentes e intereses del etnógrafo. Es allí donde, según Judith Okeley y Helen Callaway (2005), se hace más pertinente tener en

cuenta la biografía del autor. Ya nos hablaba Clifford Geertz (1989, p. 19) sobre la rareza de escribir textos científicos a partir de experiencias biográficas, teniendo en cuenta las experiencias tenidas en campo, pero si a eso le sumamos nuestra biografía amarrada al campo, la rareza resulta aún más particular. Realmente no pienso que ningún quehacer científico esté desvinculado de dicha carga biográfica, pero por razones de pertinencia y cercanía seguiré centrándome sólo en la antropología y particularmente en la etnografía. No es 'simplemente' estar atentos a la posición y crítica frente al análisis personal, no estamos hablando de vigilancia epistemológica, estamos básicamente analizándonos a nosotros mismos.

No negarnos a nosotros mismos y a nuestra(s) historia(s), intentar conocer, explicitar, poner sobre la mesa y cuestionar los prejuicios, intereses, creencias y valores, son pasos de enriquecimiento analítico del quehacer etnográfico (Okeley y Callaway, 2005, p. 14) -y antropológico en general-, y una muestra de sensatez y honestidad con respecto al alcance de las investigaciones. Es un ejercicio constante y muchas veces nada sencillo, necesario para establecer parte de nuestros puntos de partida -los cuales influirán en todo el proceso, aunque se transformen- y locus de enunciación.

Otro aspecto en el cual se hicieron presentes las tensiones evidenciadas desde mi autobiografía fue en las contradicciones éticas y metodológicas que se me presentaron en el trabajo de campo. Los conflictos éticos se centraron en el tipo de relación que establecí con quienes me colaboraron en el trabajo (principalmente a través de las entrevistas semiestructuradas) y mi responsabilidad frente a las interacciones, la información y el análisis que

presentaría a través de mi tesis. Una de mis mayores preocupaciones en este punto era la reacción que tenía la gente frente a mi presencia y mi posición dentro de esas interacciones al estar como antropóloga; qué esperaban de mí, tanto en términos del trabajo, como de los intercambios que entablábamos en el marco de la investigación. El hecho de hacerle entrevistas a mis amigos y conocidos, en ocasiones, hacía más complejo mi ejercicio reflexivo.

Partiendo de esto, aspectos como la generación de confianza y, en general, el acceso al terreno, se encontraban virtualmente resueltos. Las redes de contacto se activaron rápidamente al iniciar el campo, asegurándome el acceso a la gran mayoría de espacios y personas con quienes buscaba interactuar. Sin embargo, las entrevistas e interacciones en el marco de un trabajo de investigación no precisamente resultan más sencillas porque tengamos el acceso asegurado y/o conozcamos a nuestros interlocutores. Dentro de las interacciones que se generan en el ejercicio etnográfico, los distintos actores tienen diversas expectativas sobre las mismas y cuando estas personas o grupos conocen tu *background*, tus preferencias, tus posiciones sociales y políticas en el contexto e incluso tus reacciones cotidianas sobre dichos tópicos, las tensiones en el proceso reflexivo se agudizan. En mi caso, por un temor implícito de guiar las entrevistas a partir de opiniones propias, las cuales muchas veces eran esperadas o explícitamente solicitadas por mis interlocutores quienes, en ocasiones, conocían de antemano cuáles eran mis puntos de vista.

Además de esto, conocer el contexto y a muchas de las personas que me colaboraron agilizó el proceso durante el trabajo de campo, pero igualmente la cantidad de información e interacciones a las que accedí en tan poco tiempo

llegó a ser abrumadora en un momento dado. Afortunadamente, pude distanciarme físicamente en un tiempo prudente, lo que me permitió comenzar a tomar distancia simbólica que, en mi caso, ha sido la más difícil de lograr.

A pesar de la complejidad de las interacciones, en general sentí que la acogida fue positiva, pues además de ser personas conocidas (o referenciadas por ellas), había un interés genuino por la temática de la investigación, la cual era percibida como una forma de visibilizar el trabajo que se está haciendo través de sus propuestas. Fue posible establecer 'complicidad', en el sentido planteado por Abélès y Badaró (2015) en el marco de la *antropología colaborativa*, respondiendo a intereses intelectuales comunes.

Pero las tensiones no acaban allí. Mi relación con Barranquilla y sus gentes, y mi carga histórica en la ciudad, generaron que no fuera fácil el volver a un contexto amado, pero a la vez conflictivo para mí, con preguntas sobre el sentido de pertenencia. Verme inmersa de nuevo en el contexto y los tiempos caribes variables, flexibles e incluso indescifrables para algunos, produjo una fuerte sacudida en mí y en las reflexiones alrededor del ejercicio que estaba realizando. Por un lado, estaba la tensión que implicaba enfrentar los múltiples compromisos sociales que aparecerían cuando amigos y familias se enteraran que me encontraba en Barranquilla; tener que aclarar que no estaba de vacaciones sino trabajando, por lo que mis tiempos se manejarían de una forma particular. Por el otro, el manejo y negociación de los tiempos con mis interlocutores dentro de la misma investigación.

A pesar de mi conocimiento previo, me costó mucho gestionar emocionalmente -sobre todo durante las primeras semanas- que la gente llegara por regla general tarde a las entrevistas, habiendo incluso confirmado la hora el mismo día; que en ocasiones me cancelaran a último minuto o que incluso nunca aparecieran -ni siquiera posteriormente- para excusarse por ello. Me resultaban bastante frustrantes estas situaciones. La expresión 'cógela suave', tan común en mi tierra, al parecer era la respuesta que yo misma debía darme para sobrellevar la situación. Dicha expresión es sinónimo de tomarse las cosas con calma, de no angustiarse ni preocuparse por nada, esto ralentiza los tiempos en la ciudad y es reflejo de la inmediatez de la priorización en sus habitantes. Las prioridades, aquellas situaciones a las que debes dedicarle tiempo y atención, son seleccionadas en términos de resolver necesidades inmediatas y situaciones coyunturales. Por supuesto, en este caso, era yo quien quería llevar a cabo las entrevistas y las tenía como prioridad, pero no así todos mis interlocutores; por lo menos no en los tiempos que yo tenía pensados para la investigación.

Por muy conflictivo que me resulte – pues, a mi parecer lleva en algunos casos a la desidia por el entorno y sus problemáticas, cuando al final nada tiene suficiente importancia-, esta actitud flexible le ha brindado una herramienta de adaptación y resiliencia, no sólo a los habitantes de Barranquilla, sino de toda la costa caribe colombiana, en un contexto nacional altamente violento. El 'cogerla suave', el tomarse las cosas con calma, abre la puerta a posibilidades no violentas de resolución de conflictos y a no tomarse muy en serio los problemas que aquejan social y económicamente a Colombia, como estrategia de subsistencia. Así que, me gustara o no, la mejor opción para navegar los tiempos caribes fue cogiéndola

suave. Al final, como se aprecia a continuación, considero que el trabajo de campo fue exitoso.

Para finalizar, considero pertinente subrayar que, en estos momentos, me reconozco en una posición de privilegio -no sólo en lo referente a la perspectiva desde donde analizaré las dinámicas de ciudad e identidad a través de las industrias culturales en Barranquilla- sino, también a cuenta del capital social, cultural y político que he ido acumulando gracias a la formación proveída por mi familia y a las interacciones que a lo largo de mi vida adulta he alimentado. La antropología me ha brindado herramientas para recorrer el camino para llegar a dicho reconocimiento, el cual ha estado lleno de tensiones, contradicciones y conflictos conmigo misma y con mi entorno. Es en dichas tensiones desde donde parte mi reflexividad en el presente trabajo etnográfico, esperando que ello me posibilite presentar una visión crítica sobre el fenómeno que abordaremos.

### **Estructuración y desarrollo del ejercicio investigativo**

En principio, programé el trabajo de campo para realizarlo, durante un viaje de 90 días a Barranquilla (noviembre de 2015 a enero de 2016) y si fuera necesario haría otro más algunos meses después. Los tres meses iniciales estaban restringidos por el tiempo que se me permitía salir del país en medio del proceso de renovación de mi NIE. Al final, fue tal la inmersión que logré, que no fue necesaria una segunda aproximación.

Había programado realizar un primer abordaje, por un lado, sobre las propuestas que están retomando referentes tradicionales y/o populares, resignificándolos y

poniéndolos en valor con miras al fortalecimiento del sentido de pertenencia con la ciudad y la región, principalmente a través del diseño, la música y la culinaria; por otro lado, llevaría a cabo una exploración no sólo del aspecto historiográfico de los movimientos artístico-culturales en la ciudad sino también del panorama general de las artes en la misma.

Teniendo en cuenta estos dos puntos cuando llegué a terreno, a través de los primeros contactos e interacciones que establecí, surgieron dos situaciones que influirían para el desarrollo del trabajo de campo. Primero que todo, la actividad artístico cultural de la ciudad, a pesar de aún ser incipiente, era mucho más rica y dinámica de lo que esperaba; por otra parte, me encontré con la falta de registro y sistematización de dicha actividad (sobre todo cuando intenté indagar por dichos procesos a lo largo del siglo XX) y con la preocupación de los actores de las distintas artes por la necesidad de dicha sistematización. A parte de unas cuantas iniciativas aisladas de registro y sistematización del material, no existe un trabajo juicioso al respecto. Por esta razón, el trabajo tomó unas dimensiones más amplias de las que esperaba, estaba consciente de que no podría ni debía abarcar todo, pero evidentemente se hizo necesario ampliar la indagación tanto sobre las actividades actuales, como sobre el aspecto histórico, este último sobre todo a través de las entrevistas a profundidad.

En definitiva, realicé 39 entrevistas semiestructuradas a profundidad (más de 40 horas de grabación) a gestores culturales y representantes de distintas artes en Barranquilla (literatura, danza, música artes, escénicas, artes plásticas, cine, diseño, culinaria); de igual forma, a personas que han trabajado en torno al patrimonio y la memoria en la ciudad; además de charlas informales con gente

en constante contacto con las actividades y propuestas culturales de la urbe. Las observaciones se llevaron a cabo principalmente en eventos de la ciudad en los cuales, a través de la resignificación y puesta en valor de lo considerado popular y/o tradicional, se busca el fortalecimiento de la identidad local y regional; pero también, en distintos espacios abiertos para las manifestaciones artísticas en el contexto urbano, algunos de ellos bastante recientes.

Al llegar a Barranquilla, después de unos días comencé a hacer los contactos, a llamar a las personas que quería entrevistar, muchas de ellas ya estaban en mi agenda personal, a otras sabía más o menos como contactarlas a partir de referencias de amigos y conocidos en el ámbito artístico de la ciudad. Es así como, al final del trabajo pude abordar casi a todas las personas con quienes quería conversar, aunque a otras me fue imposible contactarlas o coordinar una cita con ellas. Como consecuencia de la ampliación del trabajo, terminé entrevistando a algunas personas que no había considerado en principio, la mayoría de ellas referenciadas repetidas veces por parte de amigos, conocidos o por otros entrevistados. Normalmente tenía programadas dos entrevistas por día, una por la mañana y otra por la tarde. Los momentos de preocupación que había tenido al inicio por la cancelación de varios encuentros y la imprecisión de los tiempos quedaban en el pasado, aunque volvería a finales de diciembre y se mantendrían en parte de enero como consecuencia de las fiestas de fin de año y los precarnavales.

Las preguntas de las entrevistas tuvieron dos enfoques principales: uno hacia la reconstrucción de la memoria sobre el desarrollo de las distintas artes y movimientos artístico-culturales en la ciudad durante el siglo XX, dirigidas

principalmente a personas con amplia experiencia y conocimiento en las mismas y/o en la historia y dinámicas de la ciudad, lo cual me permitió tener un panorama general de los procesos artísticos en la urbe; y el otro, dirigido a indagar sobre las iniciativas actuales que buscan el fortalecimiento del sentido de pertenencia local y regional desde la resignificación y puesta en valor de lo que consideran tradicional y popular. Igualmente, me aproximé al desarrollo actual de los espacios artístico en Barranquilla, así como a las opiniones de las distintas personas entrevistadas sobre los mismos y sobre la apropiación de los espacios urbanos barranquilleros por parte de sus habitantes, lo cual me permite ampliar dicha aproximación y contrastar mis impresiones.

Con respecto al registro visual, tomé las fotografías que consideré pertinentes durante el trabajo de campo, con el fin de poder ilustrar los lugares y actividades en los cuales se enmarcaba el mismo. Sin embargo, parte de las imágenes que aparecen en el presente trabajo corresponde a mi archivo personal anterior al inicio de la investigación, ya que como he expuesto, la realicé en un contexto supremamente próximo a mis experiencias de ciudad. Por otra parte, otras imágenes han sido tomadas de redes sociales con acceso abierto como Facebook, Twitter o Instagram, así como de las páginas oficiales de los emprendimientos abordados y de artículos de prensa. Esto, respondiendo a que la naturaleza misma de mi trabajo -encontrándome en la distancia durante la etapa de escritura- no me posibilitó el acceso constante al terreno en todo momento durante el proceso final de análisis y escritura. Considerando que estas imágenes son importantes para la ilustración y comprensión de las realidades

abordadas, he facilitado la mayor información posible sobre las mismas y sus fuentes; algunas desafortunadamente no cuentan con autor identificado.

Para el análisis de las entrevistas y la revisión bibliográfica utilicé el programa Atlas.ti. Dicho análisis lo desarrollé a partir de categorías emergentes de las entrevistas. El análisis fue reconfigurándose constantemente a través de una retroalimentación continua de mis vivencias con la información construida durante mis interacciones en terreno.

A lo largo del proceso de análisis y dentro del dinamismo de las construcciones identitarias, fueron haciéndose evidentes mis pertenencias de clase y algunos de mis privilegios en una sociedad profundamente desigual -como la colombiana-, de los cuales hasta el momento había sido poco consciente. Percatarme del poder político y social, del poder de enunciación que proveen dichos privilegios, constituyó uno de los mayores choques para mí durante la investigación. Ello generó múltiples cuestionamientos éticos y estéticos sobre mi papel en el marco de las propuestas identitaria que analicé desde la música, la gastronomía y el diseño. En general, me generó cuestionamientos sobre la producción cultural que se comercializa actualmente en la ciudad y sobre sus agentes, de los cuales formo parte.

Es así como, este análisis que partirá, de mi posicionamiento dentro de dichas dinámicas y mis experiencias con la ciudad, pero también de la interpretación de las interacciones e información intersubjetiva construida a lo largo de este proceso.

## Referentes teórico-analíticos

Habiendo expuesto la ruta metodológica que seguí a lo largo de la investigación, mis puntos de partida y sus implicaciones epistemológicas, a continuación, expondré los referentes teórico-analíticos que me permitirán abordar los procesos de construcción de ciudad e identidad en el marco de la patrimonialización, comercialización y consumo de productos culturales en la ciudad neoliberal -el caso de Barranquilla-, a través de emprendimientos culturales desde el diseño, la música y la gastronomía, los cuales retoman referentes de la tradición y la cultura popular para la elaboración de sus productos.

## Mercantilización de la ciudad neoliberal

Si bien, la ciudad como forma de organización del espacio y de las interacciones sociales puede ser identificada desde hace milenios – y ya algunos historiadores como Fustel de Coullange y viajeros se habían interesado por sus dinámicas y particularidades-, no es sino en el siglo XX cuando se consolida un estudio sistemático de este fenómeno. Durante décadas las preguntas sobre la ciudad han estado presentes en las Ciencias Sociales. El fenómeno urbano ha sido percibido, conceptualizado, interpretado y analizado a partir de múltiples perspectivas, lo que ha dado como resultado diversos desarrollos teóricos en torno a ella. Aunque hablamos de ‘la ciudad’, de ‘lo urbano’, realmente ha sido un fenómeno tan diverso, tanto en el devenir histórico como en los distintos contextos espaciales, que resulta difícil intentar reducirlo y/o analizarlo desde una sola perspectiva.

Con la consolidación de los Estados-Nación a partir del siglo XIX, los centros urbanos han venido a jugar diversos papeles en las dinámicas internacionales, tanto a nivel geopolítico como económico; llevando ello igualmente a que las estructuras sociales y simbólicas involucradas en su conformación y transformación se vean afectadas. Son principalmente estas últimas, las que en el presente caso nos interesan desde la antropología.

Aproximadamente a partir de los años 70, junto con el aumento de la globalización, la figura del Estado- Nación ha ido reformulando sus funciones, reestructurándose (Brenner, 1999), para algunos incluso disipándose, tomando cada vez más protagonismo las ciudades en el tablero de juego económico y cultural internacional. En esta medida, los centros urbanos, en la actualidad, juegan un rol activo y central dentro de los flujos financieros, poblacionales y simbólicos que vive el planeta; desde los flujos de los mercados financieros cuyos movimientos de alguna forma vemos materializarse en las bolsas de grandes ciudades como Nueva York, Londres o Tokio, pasando por los flujos de personas que responden a desplazamientos forzados, hasta la consolidación de ciudades como París, Barcelona o Nueva York como grandes centros culturales.

Por esta razón, remarcaremos en el presente trabajo la centralidad de la ciudad como lugar, resaltada por Sassen (2005) y propuesta por Lefevre (2013(1974), p. 156) como una centralidad urbana dialéctica. De este modo, veremos a la ciudad como un punto de cruce, articulación e intercambio de dinámicas culturales, políticas y económicas, que se encuentra inserta a su vez en contextos regionales, nacionales e internacionales globalizados. Abordaremos al espacio urbano como un nodo, en el cual toman forma y se evidencian la circulación, los

flujos y los procesos de desterritorialización y reterritorialización que caracterizan a la globalización. Concebiremos a las ciudades no sólo como espacios globalizados, sino como espacios preminentemente glocales donde las distintas escalas de lo nacional, subnacional y supranacional se intersecan y se articulan con(en) el entramado global (Brenner, 1999).

De tal forma, en el marco de dichas intersecciones, esos nodos urbanos se constituyen como territorios de encuentro, intercambio, conflicto y negociación, tanto física como simbólica. La ciudad se convierte en un campo de batalla simbólico (Janoschka, 2011), de lucha de sentidos y simbolización del espacio desde las desigualdades (Pires, 2000).

Queda claro pues, que no abordaremos a la ciudad sólo como espacio físico, ya desde los estudios de la escuela de Chicago y Manchester podemos vislumbrar el interés por trascender en el análisis a la ciudad concreta. Dichos espacios no sólo sirven de andamiaje a múltiples interrelaciones, también son configurados y reconfigurados por las mismas tanto en el aspecto material como simbólico. Abordaremos al espacio urbano como un espacio-social, de acuerdo con los planteamientos de Lefevre (2013(1974)), producido y reproducido constantemente, dónde más que los objetos que en él se encuentran nos interesan las relaciones en y con el mismo, los flujos y las redes que lo configuran y que, al mismo tiempo, son influidas por él.

Nos interesan las redes relacionales y las prácticas sociales que se urden en ese espacio social que conforma la ciudad, generando lo que Lefevre (2013(1974)) denomina 'espacios de representación', que a su vez son representados de

múltiples formas: 'representaciones del espacio'. Concebida la urbe a partir de estos planteamientos, nos encontramos en ella con espacios sociales y escalas diversas yuxtapuestas e imbricadas (espacio urbano laminado en los términos de Lefevre, 2013, p. 142). En el caso de Barranquilla, dicha concepción nos posibilitará aproximarnos a analizar, no sólo cómo se están configurando espacios en la ciudad desde las iniciativas culturales que abordaremos, sino también las representaciones que se construyen en torno al referente urbano; así como los flujos e intercambios en el contexto global en el que se encuentra inmersa la ciudad.

Sin embargo, no sólo nos interesa el espacio urbano como contexto y producto de las relaciones y los imaginarios sociales (el espacio percibido y representado, como los denomina Soja), nos interesa tener en cuenta su proceso constante de construcción. En este marco, me aproximaré a la ciudad desde la perspectiva del Thirdspace propuesta por Soja (1996), el cual se relaciona claramente con el planteamiento de Lefevre quien concibe la ciudad como "... un espacio creado, modelado y ocupado por actividades sociales en el curso de un tiempo histórico." (2013, p. 130). Lo que Soja ha denominado Thirdspace, es una perspectiva de análisis sobre la ciudad que entrelaza los ámbitos espacial, histórico y social como constituyentes de la urbe; todos estos aspectos construidos a través de procesos relacionales. Y que, a su vez, nos posibilita analizar el espacio percibido, representado y vivido en su interacción, haciendo énfasis en este último.

En dicha perspectiva alternativa o «tercera», la especificidad espacial del urbanismo es investigada como un espacio enteramente vivido, un lugar simultáneamente real e imaginario, actual y virtual, lugar de experiencia y agencia

estructuradas, individuales y colectivas. Comprender el espacio vivido puede ser comparado a escribir una biografía, una interpretación del tiempo vivido de un individuo, o en términos más generales a la historiografía, es decir, al intento de describir y entender el tiempo vivido de las colectividades o las sociedades humanas. En todas estas 'historias de vida' resulta imposible obtener un conocimiento perfecto o completo. Hay demasiadas cosas, desconocidas y tal vez incognoscibles, que yacen debajo de la superficie como para que sea posible contar una historia completa. Lo mejor que podemos hacer es investigar selectivamente, del modo más sutil posible, la infinita complejidad de la vida a través de sus dimensiones espaciales, sociales e históricas intrínsecas, y de su espacialidad, sociabilidad e historicidad interrelacionadas (Soja, 2008, p. 40).

Dicha perspectiva es pertinente en el presente caso de estudio en la ciudad de Barranquilla, pues veremos las representaciones e imaginarios sobre el espacio y sus repercusiones en el mismo, así como las prácticas y espacios que a partir de los esos imaginarios son generados y/o consolidados; cómo se vive la urbe desde de dichas representaciones, cómo se actúa e interviene sobre ella.

Teniendo en cuenta que la producción del espacio social – a la que hace referencia Lefevre- se desarrolla en contextos político-económicos y temporales particulares, podemos considerar que dicha producción se encuentra profundamente influenciada por el modelo de producción predominante, en este caso capitalista neoliberal. Ya el mismo Lefevre (2013) apuntaba "... la incapacidad del capitalismo para producir un espacio diferente al espacio capitalista, y el esfuerzo para disimular esta producción como tal, el intento de ocultar todo rastro del máximo beneficio." (p. 209). Así, partiremos de este punto

y de los planteamientos de Harvey (2004) y Janoschka (2011), entre otros, para hablar de Barranquilla como ciudad neoliberal.

Históricamente, el desarrollo de los centros urbanos ha promovido y estimulado la acumulación, ello ha potenciado la comercialización de productos tanto tangibles como intangibles. Las ciudades se encuentran intrínsecamente amarradas a la comercialización y construcción de redes<sup>5</sup> tanto internas como externas, basadas en muchos casos en los intercambios comerciales.

La dinámica de la globalización neoliberal ha multiplicado y expandido exponencialmente dichas redes de comercio, consumo y construcción de sentidos, más que en cualquier otro momento de la historia de la humanidad. Los crecientes intercambios de bienes, servicios e información se han consolidado en las últimas décadas gracias al desarrollo de medios y redes de comunicación. Por lo cual, no sólo se ha fortalecido el proceso de globalización económica, sino la mundialización (Ortiz, 1996) en general, la difusión e intercambio de códigos y símbolos amarrados a los productos y servicios que circulan alrededor del planeta. Todo ello, en el marco de políticas económicas neoliberales, donde la productividad y la competitividad, no sólo de productos materiales sino también de sentidos, jugarán un papel destacado en los intercambios y negociaciones. Por esta razón, como propone Albert Moncusí– considerando los planteamientos de Signorelli (1999) y Cucó (2004)- “...es fundamental la interrogación sobre cuestiones como la impronta cultural de la globalización en la configuración de

---

<sup>5</sup> Para ahondar en el enfoque de redes y su relevancia para el análisis de las realidades urbanas recomiendo el texto *El concepto y el uso de las redes sociales* de James Clyde Mitchell, 1969. Dicho enfoque fue desarrollado- por primera vez desde la antropología urbana- por la escuela de Manchester.

las ciudades y en la vida de sus habitantes...” (Moncusí, 2017, p. 2). Las ciudades, como vimos anteriormente, serán nodos en el marco de esa dinámica global, consolidándose de esa forma en el corazón de las políticas neoliberales; produciendo y reproduciéndose bajo dichos parámetros.

Ha sido ese mismo neoliberalismo que impulsa muchos de los procesos de la globalización económica, el que ha dictado los modos de producción de los espacios urbanos y atravesado las dinámicas sociales, políticas, culturales y económicas. La competitividad y la comercialización desde y de las ciudades se ha venido consolidando. Se negocia no sólo con lo tangible, también se desarrolla un mercado de símbolos; producción, mercantilización e incluso luchas en este campo simbólico se llevan a cabo constantemente desde estos espacios. Hasta el punto de que la ciudad misma se ha convertido en un producto de venta, intercambio y símbolo de competitividad; se ha mercantilizado la ciudad y todo lo que en ella se produce y reproduce. Dicha mercantilización se evidencia en los esfuerzos por situar a los centros urbanos en el mapa mundial a través del marketing y la marca ciudad, ya no sólo desde la competitividad empresarial sino también cultural (Hernández y Torres, 2015). Encontramos en estos momentos un panorama de jerarquización de las ciudades que responde a su competitividad económica y simbólica en el mercado global.

Nos acercaremos entonces a una ciudad mercantilizada y globalizada desde los parámetros de un neoliberalismo hegemónico que impone las reglas de juego en sus dinámicas socioeconómicas, políticas y culturales. Las mismas que han ido aguzando la fragmentación del espacio urbano, sustentada en la segregación y la desigualdad de sus habitantes.

... tanto social como espacial- es una característica importante de las ciudades. Las reglas que organizan el espacio urbano son básicamente patrones de diferenciación social y de separación. Esas reglas varían cultural e históricamente, revelan los principios que estructuran la vida pública e indican cómo los grupos sociales se interrelacionan en el espacio de la ciudad.” (Pires, 2000, p. 257).

Y los patrones de diferenciación, muchas veces responden a procesos de discriminación, donde la desigualdad se presenta como valor estructurante. A pesar de la fragmentación y la segregación presente en los espacios urbanos, estos son vistos como ejes de progreso e innovación, que representan y materializan los ideales de desarrollo y progreso de los discursos modernos y modernizadores.

En el caso de Barranquilla, apreciaremos una ciudad fragmentada, justamente a partir de discursos de modernidad y progreso, inmersa en el mercado cultural globalizado. Partiré de aquí para analizar las dinámicas reticulares que se desarrollan desde la misma - alrededor de la mercantilización de sus referentes identitarios- por parte de iniciativas culturales que retoman aquello que consideran tradicional y de la cultura popular.

### Identidad y agencia

Esa ciudad neoliberal de la que venimos hablando, se convierte en un referente de identificación para su población, en torno al cual configura su identidad tanto cultural como política, en la medida que se desenvuelve en un juego de poderes y de posicionamiento de discursos hegemónicos.

Abordaremos las identidades colectivas como construcciones discursivas, que tienen su arraigo y manifestaciones en las prácticas e interacciones cotidianas. Construcciones relacionales que parten de nuestra experiencia con los otros; la conformación de un nosotros desde la otredad (Barth, 1976; Castells, 1999). La configuración y reconfiguración de dichas identidades es constante; en este marco, igualmente, la negociación de sentidos de pertenencia a un grupo o una comunidad imaginada (Benedict, 2005), atendiendo a referentes y/o atributos a los cuales se les da prioridad sobre otras fuentes de sentido (Castells, 1999). Es así, que las identidades son dinámicas y dependen de las percepciones y representaciones de lo propio y de la alteridad que se construyan socialmente. Por ello, el análisis de Barth (1976) se centra en las fronteras, en las interacciones a través de las que se constituyen y reconfiguran los sentidos de pertenencia y García Canclini (2004) expone sobre el carácter imaginado, construido y cambiante de las identidades.

En el caso que abordamos, los referentes relacionados con el territorio son las fuentes de sentido priorizadas, principalmente lo local (la ciudad de Barranquilla) y lo regional (Caribe). Teniendo en cuenta que, como expone Janoschka (2012, p. 522), “escalas geográficas como ‘local’, ‘nacional’ y ‘global’ se basan en profundas y arraigadas construcciones que se manifiestan en las prácticas cotidianas aunque no sean nada más que ‘ficciones intuitivas’ (Smith 2003, p. 35)”, llevaremos a cabo el análisis desde el carácter imaginado y construido de la ciudad y la región como referentes territoriales identitario. Una ciudad y una región que, al tiempo que sirven como referentes para procesos de etnogénesis y la reconfiguración de identidades, sus espacios sociales son constantemente

reconfigurados por medio de las prácticas políticas y sociales, así como por los discursos articulados en torno a las mismas. En el caso barranquillero, atravesando las dinámicas identitarias encontramos presentes, igualmente, referentes raciales y de clase.

No sólo nos interesa ver a las identidades desde su carácter constructivo, sino también como un concepto estratégico y posicional desde los procesos de identificación. La identificación, como practicas significantes (Hall, 1996), implica exclusión, pues se sustenta en la marcación de la diferencia y se enmarca en relaciones de poder particulares. Las identidades son configuradas a partir de discursos, prácticas enunciativas y posiciones diversas, además de ello se transforman constantemente y, como plantea Hall, se encuentran “sujetas a una historización radical”. Dicha historicidad hace alusión a una construcción simbólica en el devenir más que a un ‘ser’ ilusoriamente fundamentado en el pasado histórico. De tal forma, consideraremos a las identidades no como “el presunto retorno a nuestras raíces sino como una aceptación de nuestros ‘derroteros’” (Hall, 1996, p. 18).

Esto podemos verlo reflejado en lo que Hobsbawm (1983) denomina la invención de las tradiciones, a través de la cual se expresa el contraste entre la innovación y el cambio, y el intento de mantener inmutable parte de la vida social. La invención de la tradición, según Hobsbawm es un proceso de formalización/institucionalización y ritualización que hace referencia al pasado con el cual ha habido una interrupción en la continuidad, dicha discontinuidad se refleja en la aparición de movimientos que abogan por la defensa de las tradiciones; de acuerdo con Hobsbawm, comunes entre los intelectuales desde

el movimiento romántico. Ya Raymond Williams (1961), desde la escuela de Birmingham, al hablar de la tradición selectiva sostenía que aquello que se considera tradicional en un contexto es resultado de una selección que responde a momentos sociales e históricos específicos, a una 'estructura de sentimientos' particular.

De igual forma, podemos apreciar la historicidad, la selección y, al final de cuentas también la invención que caracteriza la construcción de las identidades, en las reflexiones que se han hecho en torno a la cultura popular. Muchas veces, la cultura popular ha sido reducida a lo tradicional amarrado con lo rural y el pasado, por su parte García Canclini (2004) considera que la selección de qué constituye y qué no la cultura popular, responde a los criterios de las élites, legitimando frecuentemente veces discursos nacionalistas, sustentados en identidades monolíticas y estáticas.

Teniendo esto en cuenta, resultan pertinentes las preguntas en torno a quiénes tienen el poder para establecer y reproducir los criterios de selección (para construir los discursos identitarios que van a entrar en juego en los procesos de etnogénesis y en las dinámicas de negociación de sentidos) y de qué forma son reproducidos; quiénes -y a través de qué dinámicas- son agentes en estos procesos anclados en relaciones de poder; qué estrategias y/o tácticas utilizan para ello. Es relevante abordar entonces los procesos identitarios desde la agencia de forma como lo propone Moncusí (2017) - partiendo de Sewell (2006[1992])- "...como la capacidad individual de realizar acciones a partir de cierto control sobre las relaciones sociales, desarrollada con otros sujetos, a partir de una posición estructural interiorizada subjetivamente en forma de

recursos y conocimientos”. El espacio urbano donde se desenvolverá dicha agencia se encuentra vinculado “a sujetos que producen su sentido con sus interacciones y tránsitos” (Moncusí, 2017, p. 4)

Sobre la agencia en el marco de relaciones de poder, podemos retomar los planteamientos de Touraine (2006), en su trabajo sobre movimientos sociales, donde afirma que lo sobresaliente de estos movimientos es que “comprometen a actores que han adquirido conciencia de su capacidad para crear identidades y las relaciones de poder implicadas en la construcción social de esas identidades.”. Mientras que J. Cohen y A. Arato (2001) apuntan que “Los actores contemporáneos están interesados no sólo en afirmar el contenido de una identidad específica, sino también en los elementos formales comprendidos en la formación de identidad”. Todo ello lleva a una politización e instrumentalización de esas identidades, su puesta en escena en contextos de negociación, donde está en juego el enfrentamiento de discursos hegemónicos con subalternos, la construcción misma de sentidos y de configuración de las realidades y relaciones sociales (Camargo, 2009). En el caso barranquillero, apreciaremos, iniciativas que buscan la configuración de ciudadanía a través de propuestas que explícitamente pretenden aportar a la construcción de identidad y el fortalecimiento del sentido de pertenencia, mediante la reinterpretación y comercialización de referentes identitarios tradicionales y de la cultura popular, articulados a la ciudad y la región.

Para abordar dichas propuestas identitaria, tendremos en cuenta los planteamientos de Castells (1999), quien distingue tres formas y orígenes de la identidad. La primera, es una identidad de legitimación que genera una sociedad

civil y es introducida por las instituciones dominantes de la sociedad; la segunda, una identidad de resistencia que trae como resultado la conformación de comunas o comunidades, una identidad defensiva atrincherada y replegada en sí misma, pues está resistiendo a la estigmatización y dominación social con una clara tendencia esencialista.<sup>6</sup> Por último, tenemos a las identidades proyecto que redefinen su posición en la sociedad a través de la construcción de una nueva identidad, la cual guiará un proyecto de vida construyendo sujetos y transformando, de esta forma, la estructura social de dominación y exclusión. Las fronteras entre los distintos tipos de identidad, en la práctica, no son claras y definidas y el paso de una a otra, aunque no es lineal ni progresista, implica un proceso de cambio y transformación constante en la sociedad.

... las identidades que comienzan como resistencia pueden incluir proyectos y, también, con el transcurrir de la historia, convertirse en dominantes en las instituciones de la sociedad, con lo cual se vuelven identidades legitimadoras para racionalizar su dominio. En efecto, la dinámica de las identidades a lo largo de esta secuencia muestra que, desde el punto de vista de la teoría social, ninguna identidad puede ser una esencia y ninguna identidad tiene, per se, un valor progresista o regresivo fuera de su contexto histórico. (Castells, 1999, p. 31)

Sin embargo, más que hablar de identidad de legitimación, lo abordaré como 'procesos identitarios legitimadores' (de los órdenes hegemónicos

---

<sup>6</sup> Ejemplos de estas identidades de resistencia son los fundamentalismos religiosos, las comunidades territoriales, la autoafirmación nacionalista que podemos encontrar referenciados en Touraine como antimovimientos sociales.

preestablecidos), pues deseo hacer énfasis en la parte dinámica de la configuración de dichos tipos de identidades, lo cual reforzará el análisis de las identidades desde las fronteras. De igual forma, resaltar lo procesual de su configuración facilita la observación de los juegos entre estos distintos tipos de identidad. En el caso que abordamos en la ciudad de Barranquilla, esta perspectiva posibilita la reflexión sobre las tensiones entre la identidad proyecto que se pretende a través de las propuestas y la identidad de legitimación que se configura y consolida al reproducirse a partir de parámetros y visiones institucionalizadas desde los poderes hegemónicos, en el marco de las dinámicas de la globalización neoliberal. Esto, lleva justamente a que tales discursos sean legitimadores del statu quo, inmersos en las políticas de mercantilización y comercialización de referentes identitarios.

En el caso de Barranquilla, analizaremos un fenómeno de etnogénesis, el cual sigue una línea similar a la de construcción de naciones y nacionalismos, con el fin de unificar y generar sentido de pertenencia, más desde un proceso de identidad legitimadora que de una identidad proyecto. Unas propuestas identitarias que, a través de la reinterpretación y comercialización de la tradición inventada, legitima discursos hegemónicos del ser barranquillero contruidos desde la posición de poder de la clase media y consolidados a través de la comercialización de productos culturales. Dichas propuestas identitarias se desarrollan desde agencias subjetivas, entendiendo la subjetividad como acción o práctica en potencia que supone la generación constante de sentido a partir de cierto marco cultural y de la interacción social (Moncusí, 2017, retomando a Ortner, 2016). En este caso, alimenta el aumento del capital cultural de un grupo

específico en la urbe, mientras invisibiliza los conflictos y las relaciones de poder en el marco de los procesos de construcción y negociaciones de dichos sentidos e identidades.

### Industrias Culturales: patrimonialización y mercantilización

En el centro de estas negociaciones simbólicas de y en la ciudad, encontramos a las industrias culturales, en el marco de las cuales se producen y comercializan, como su nombre lo indica, productos culturales.

En este punto, con el fin de acotar a qué nos referiremos cuando hablemos de industrias culturales, resulta pertinente aproximarnos a uno de los conceptos fundamentales dentro de la antropología y que, como bien sabemos, cuenta con múltiples definiciones y usos: la cultural. Retomando autores como Clifford Geertz (1973), nos decantamos por una definición semiótica de cultura, como una urdimbre de significaciones, pues ella nos posibilita analizar de forma dinámica y relacional los imaginarios, sentidos e interpretaciones que se construyen y negocian no sólo en la ciudad, sino en el marco de la comercialización cultural.

Ya en los estudios realizados sobre industrias culturales en Latinoamérica, Néstor García Canclini (2004), trabaja con una acepción semiótica del concepto de cultura. Lo interesante en su planteamiento es que, además retoma a Appadurai, con el fin de hacer una diferenciación entre la cultura (como sustantivo) y lo cultural (como adjetivo). Por un lado, al hablar de cultura se refiere al "...conjunto de los procesos sociales de significación, o, de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social" (Canclini, 2004, p. 34), lo cual nos ayuda a

conceptualizar las industrias culturales. Por otro lado, lo cultural hace referencia a procesos

... a través de los cuales dos o más grupos representan e intuyen imaginariamente lo social, conciben y gestionan las relaciones con otros, o sea las diferencias, ordenan su dispersión y su inconmensurabilidad mediante una delimitación que fluctúa entre el orden que hace posible el funcionamiento de la sociedad, las zonas de disputa (local y global) y los actores que la abren a lo posible” (Canclini, 2004, p. 40)

Por ello, nos sirve para dirigir el análisis y enmarcar la definición de identidad a partir de la cual estamos trabajando. Al abordar lo cultural (como adjetivo en términos de Appadurai) podemos apreciar los procesos mediante los cuales los actores construyen y negocian sus identidades, en este caso específico, las propuestas identitarias que formulan y comercializan a través de las industrias culturales.

De allí que, abordemos la producción cultural como producción simbólica (independientemente de su carácter material o inmaterial); las construcciones simbólicas detrás de la producción y aquellas que imbuyen a sus productos; así como el capital simbólico que, a través de la comercialización y consumo de dichos productos, se pone en juego. En definitiva, vamos a trabajar sobre industrias que producen y comercializan, principalmente, con cargas semióticas, a través de cuyo consumo se pone en juego la construcción y negociación del capital cultural de grupos particulares.

En el caso de Barranquilla, las industrias culturales se manifiestan y se ven representadas a través de los emprendimientos culturales. En términos generales, el emprendedor ha sido concebido como aquel individuo que, a partir de su libertad de modelos preestablecidos, es innovador, creativo y aprovecha las oportunidades enfrentando los riesgos (World Economic Forum <https://www.weforum.org/>). Por otra parte, para el Global Entrepreneurship Monitor (<https://www.gemconsortium.org/>), el emprendedor cultural es fundamentalmente aquel empresario -con las características anteriormente mencionadas- que vende cultura. Desde esta perspectiva, se ha planteado como modelo a seguir para la estimulación de las economías nacionales pues, a través de sus iniciativas, articularía el ámbito local con el internacional y, en el caso del emprendimiento cultural, generaría 'valor social añadido'. Como apunta Richard Pfeilstetter (2014), la imagen del emprendedor "...combina valores como responsabilidad social e identidad cultural con credos liberales como la creatividad, la competitividad y la iniciativa individual" (p. 2706).

La figura del emprendedor cultural como agente juega un papel fundamental en la resignificación y comercialización de referentes culturales y en la mercantilización de referentes identitarios; así como en la consolidación de la identidad, la autenticidad y lo local como valores universales (Pfeilstetter, 2014). En el marco de la investigación, tendremos presente esta figura pues, es en estos términos que quienes gestionan las iniciativas culturales que abordaremos, se relacionan con las políticas públicas nacionales y con el mercado cultural internacional globalizado. Nos conviene abordar al emprendedor como agente de cambio social, más que desde una visión subjetivista/economicista

(Pfeilstetter, 2011), ya que esto nos posibilitará abordar las dinámicas identitarias y de construcción de ciudad que nos interesan.

El mercado cultural generado a través de las dinámicas de estas industrias y de la agencia de los emprendedores culturales, responde a las mismas dinámicas neoliberales de la ciudad en un contexto globalizado. A su vez, los recursos necesarios para esa producción cultural se encuentran en la ciudad (Sassen, 1999). Las convergencias, intersecciones y negociaciones que se desarrollan en la urbe facilitan la producción y los flujos simbólicos que alimentan a estas industrias. Por otra parte, la circulación y el consumo de dichos productos se hallan intrínsecamente amarrado a la vida urbana.

En el caso que nos compete en la ciudad de Barranquilla, las identidades se encuentran como centro del consumo cultural, sostenido por prácticas de pertenencia que poco a poco van generando una comunidad de sentido (Berger y Luckmann, 2008). Básicamente, a través del consumo, más que de los referentes identitarios mismo, se genera pertenencia; por su parte, dichos referentes son comercializados como representaciones de realidades auténticas, tradicionales y populares. En palabras de Yúdice (2002) se juega "...el juego de la ciudadanía mediante el consumo no solo de mercancías sino, lo que es más importante, de representaciones" (p. 201).

Los consumidores, en muchas ocasiones se constituyen como agentes, no sólo a través del consumo (como apunta Michel De Certeau, 1999), sino también de la construcción de las propuestas identitarias en juego. El consumo, como plantea García Canclini (1995), es un modo de participación y pertenencia, un identificador que sirve para darle sentido al flujo de significados y, a través del

cual, en este caso, los actores reproducen tácticamente el discurso hegemónico a través de la apropiación de objetos y prácticas de la cultura popular, ello les provee de un capital simbólico que se traduce en estatus social.

Como vemos, la ciudad neoliberal se ha constituido en objeto de consumo (Sassen, 1999). Sus espacios y prácticas socioculturales han sido mercantilizadas, en ocasiones, fragmentadas, descontextualizadas y reinterpretadas con el fin de ser comercializadas y consumidas en el mercado cultural tanto local como global. La ciudad misma ha sido convertida en una especie de parque temático, como expone Sassen “Modern tourism is no longer center on the historic monument, concert hall, or museum but on the urban scene, more precisely, on some versión of the urban scene fit for tourism.” (1999, p. 143)

Esta mercantilización de la urbe se encuentra relacionada con la retórica de lo auténtico (Figolé, 2014) y con los procesos de patrimonialización que en ella se han venido desarrollando. Basándonos en Figolé (2014) - quien retoma a Boltanski y Chiapello (2002) y a Comaroff y Comaroff (2011), entre otros-, podemos plantear que lo auténtico es un nuevo tipo de recurso que, de cierta forma, se encuentra al margen de la esfera del capital (lo que, de hecho, le imbuye de valor mercantil) y de la circulación mercantil y constituido por elementos con valor inmaterial provenientes de dominios de la experiencia que, con anterioridad, eran ajenos al mercado. Son productos diferenciados que, a su vez, producen diferenciación social para quienes tienen acceso a los mismos y los consumen, ampliando su capital simbólico. En ocasiones, la autenticidad se construye a partir de la exotización y fetichización de diversos referentes

culturales, por lo tanto, como plantea Frigolé (2014), depende del contexto cultural.

Además de esto, lo auténtico hace referencia a un valor asociado con un origen, relacionándose así con el patrimonio entendido como "...un valor/bien destacando su asociación o referencia a un origen y a la vez predica el significado y el valor de un origen para una determinada realidad..." (Frigolé, 2014, p. 40). Sin embargo, depende de las políticas económicas que lo considerado auténtico sea patrimonializado. "El término autenticidad transfiere prestigio al origen, el referente básico para el concepto patrimonio." (Frigolé, 2014, p. 40), Así como prestigio a la persona o grupos que lo consumen.

Por otro lado, podemos relacionar lo auténtico con la identidad, pues esta

...ha servido como un potente marcador de autenticidad. Porque los presentados como rasgos únicos y diferenciados de una colectividad, remiten a un pasado común que se articula en la tradición. Tradición que es leída como un importante paraguas dado que remite a procesos sacralizados donde la remisión al origen es suficiente para dotarla de autenticidad (discurso circular). (Santamaría y Moncusí, 2015, p.106)

Por su parte, el patrimonio y la patrimonialización responden a percepciones de pérdida y necesidad de protección de bienes culturales materiales e inmateriales, por ello el interés por la conservación influye (aunque no implica) tanto en la conservación como en la comercialización de aquello patrimonializable/patrimonializado. Como consecuencia tanto de la referencia a los orígenes, como de la tendencia a la protección, podemos relacionar estos dos

conceptos con la invención de la tradición expuesta con anterioridad, su historicidad y las discontinuidades que la caracterizan.

Amarrado al patrimonio identificamos una especie de mercado de la memoria, donde los referentes que anclan al patrimonio al pasado (aquellos que lo convierten en algo auténtico) juegan un papel fundamental tanto en su promoción como consumo comercial. Por ello, la patrimonialización pueden aportar a la consolidación de la marca ciudad, resaltando su exclusividad (Frigolé, 2014), pues aumenta su valor simbólico, con miras a la comercialización y la satisfacción de quienes lo consumirán en el contexto de un mercado neoliberal globalizado. En algunos casos, dichos referentes son incluso despojados de su valor de uso, para ser reducidos a su valor de cambio y simbólico, el cual ampliará el capital cultural y social de algunos sectores.

De esto se deriva el interés por la preservación y la protección de lo patrimoniable: rescatar y restaurar para comercializar, para venderle al turista local y extranjero. Sin embargo, estas dinámicas son llevadas a cabo sólo por y para un sector de los habitantes de la ciudad neoliberal, generando y/o consolidando con ellas espacios urbanos excluyentes, como apunta Janoschka “La reordenación política y espacial de la ciudad neoliberal se deriva de la toma del poder por parte de las nuevas clases medias e implica la implementación de mecanismos que causan una cada vez más profunda exclusión.” (2012, p. 518). En definitiva, con la exaltación del patrimonio se pretenden democratizar los bienes y valores culturales, sin embargo, se termina ‘rescatando’ y generando ficciones (Santamaría y Moncusí, 2015) con el fin de comercializar. La protección

de lo popular garantiza la materia prima para un mercado de productos y servicios simbólicos (Frigolé, 2014)

Siguiendo esta línea, apreciamos cómo en el marco de los procesos de patrimonialización en la ciudad se tienden a espectacularizar algunas cotidianidades, principalmente las de las clases populares, estetizando y fetichizando la pobreza y la distancia étnica (Harvey, 1998). Dicha estetización conlleva una invisibilización de problemas y conflictos desde la desigualdad socioeconómica y de apropiación de los espacios en la ciudad. Sumado a esto, la espectacularización y elitización, así como la comercialización y el consumo de productos culturales derivados de las mismas, tienden a elitizar prácticas y espacios dentro de la urbe, generando espacios excluyentes. Se busca lo auténtico en las reproducciones estilizadas de las prácticas populares, al tiempo que se siguen elitizando los espacios y el consumo cultural, añadiéndole el rótulo de 'rescate' de la tradición. La fetichización y elitización a la que nos referimos se refleja en la reflexión que realiza Martín-Barbero (2015) sobre el patrimonio en los países latinoamericanos

Pues el patrimonio funciona en Occidente, y especialmente en muchos de nuestros países<sup>7</sup> huérfanos de mitos fundadores, como el único aglutinante, cohesionador de la comunidad nacional. ¿A qué costo? Primero, el de un patrimonio *asumido esencialistamente*, esto es, como ámbito que permite acumular sin el menor conflicto la diversa, heterogénea riqueza cultural del país, y en el que se neutralizan las arbitrariedades históricas y se disuelven

---

<sup>7</sup> En este caso sería Barranquilla la que carece de mito fundador, como veremos en el segundo capítulo.

las exclusiones sobre las que se ha ido construyendo su pretendida unidad (Martin-Barbero, 2006). Segundo, un patrimonio *conservado ritualmente* como un don que viene de arriba y por lo tanto algo a reverenciar, no a discutir ni revisar. Y tercero, un patrimonio *difundido verticalmente*, esto es, no vinculable a la cotidianidad cultural de los ciudadanos y mucho menos usable socialmente. (P. 25)

Los emprendimientos culturales que abordaremos -en tono a el diseño, la música y la gastronomía-, centran su atención en la resignificación de lo que consideran referentes tradicionales y de la cultura popular de la ciudad de Barranquilla y de la región Caribe colombiana, desde las desigualdades presentes en la urbe. De ahí que resulte pertinente tener en cuenta los procesos de elitización y etnización que se gestan desde ellos.

## CAPÍTULO 2

### BARRANQUILLA: CIUDAD CARIBE, SITIO DE LIBRES Y PUERTO COMERCIAL

Ya que estamos considerando a la ciudad como un espacio relacional donde se entrelaza lo histórico y social en la configuración constante de la urbe y las identidades que en ella se ponen en juego, es fundamental para analizar el fenómeno que vamos a abordar, comprender cómo se ha conformado históricamente dicho contexto.

En este caso, nos centraremos en presentar a Barranquilla como ciudad caribe en Colombia y la configuración de las desigualdades en este marco, a través de las interrelaciones tanto dentro de la ciudad como con el resto del país. Ello nos posibilitará comenzar a darle claridad a la hipótesis sobre el tipo de propuestas en torno a la ciudad y las identidades que en Barranquilla se configuran a partir de la comercialización y consumo de productos culturales inspirados en lo tradicional y la cultura popular.

Para iniciar, definiremos a qué nos referimos como Caribe en el presente trabajo, para posteriormente hablar del proceso de construcción de la región caribe colombiana en el marco de la interacción centro-costa. Finalmente, aterrizaremos a la ciudad de Barranquilla en este escenario, apreciando a partir de qué dinámicas se consolidaron las desigualdades en la urbe.

## El Caribe, mar de los encuentros

El caso de estudio trabajado a lo largo de la presente investigación se encuentra localizado en un marco geográfico nacional percibido con frecuencia como fundamentalmente andino. Colombia es un país de múltiples regiones naturales y culturales<sup>8</sup>, y en general, asociado con la región Andina; no siempre con el Caribe. Esto respondiendo a que, como veremos a lo largo del capítulo, Colombia se construyó sobre una idea centralista donde los poderes ejercidos desde los andes sobre otros territorios -considerados, de alguna forma inferiores- primaron en la configuración de las narrativas sobre la nación.

Si bien, las conexiones e interacciones con lo que comúnmente se considera Caribe no son en ningún caso recientes (incluso dentro del mismo territorio nacional), el referente Caribe sólo ha sido visibilizado y reivindicado desde hace pocas décadas, en gran medida respondiendo a intereses geopolíticos que tomaron fuerza a lo largo del siglo XX.

Barranquilla, ciudad colombiana en la cual nos centraremos como contexto específico del estudio realizado, se encuentra justamente en lo que actualmente se considera la Costa Caribe colombiana. Por esta razón, es pertinente iniciar profundizando en la construcción del Caribe como región.

El mar y las islas son tal vez las imágenes más comúnmente evocadas por la palabra Caribe, pero en torno a esta región del mundo se han tejido múltiples imaginarios, algunos más coherentes que otros con las realidades vividas en ella.

---

<sup>8</sup> Desde los inicios de los estudios antropológicos en Colombia se ha venido abordando el análisis de la diversidad cultural regional en el país. En este ámbito resulta interesante el trabajo comparativo pionero de la antropóloga Virginia Gutiérrez de Pineda (1962) sobre familia y región en el territorio nacional colombiano.

Desde un paraíso terrenal, hasta la zona de frontera disputada a lo largo de la historia por distintos poderes imperiales, el Caribe ha sido centro de interés y especulaciones varias, amarrado siempre al flujo incesante de personas provenientes de diversos rincones del planeta (Gaztambide-Geigel, 2006).

En un primer momento asentados en tierras continentales, los pueblos originarios migraron - principalmente desde el norte de Suramérica (el Escudo Guayanés y las tierras bajas de la Amazonía)- a las islas del mar interior. Allí serían denominados Tainos y Caribes por las personas provenientes de la península ibérica, a su llegada hace poco más de cinco siglos.

Posteriormente, a lo largo de la colonia, ingleses, franceses, holandeses, daneses, entre otros, se disputaron los territorios que les permitirían acceder a las riquezas del 'Nuevo Mundo'. El Caribe se convirtió entonces en el lugar donde se intercambiaban y desde el cual salían muchos de los recursos y tesoros de las Américas, pero también por el cual ingresaban gran parte de las poblaciones que llegaron a enriquecer culturalmente al continente; muchas de las cuales se asentaron allí definitivamente. De igual forma, inmigrantes de distintas partes de Europa, de la India, China, judíos sefarditas y askenazis, árabes, entre otros, huyendo de conflictos o simplemente buscando nuevas oportunidades, vieron las costas Caribes a lo largo del siglo XIX y XX como su futuro hogar; se asentaron en islas y tierras continentales, a orillas del mar y un poco más tierra adentro.

A partir de la llegada de los europeos a América, el Caribe se configuró como una de las principales puertas de entrada y punto estratégico del continente americano, principalmente a nivel comercial y geopolítico. Pero no es sino a partir

del siglo XX que el nombre dado, en principio a algunos de los habitantes originarios y posteriormente al mar de la zona se extendió para denominar a toda una región, eso sí, definida de diversas formas a partir de distintos referentes e intereses (Gaztambide-Geigel, 2006).

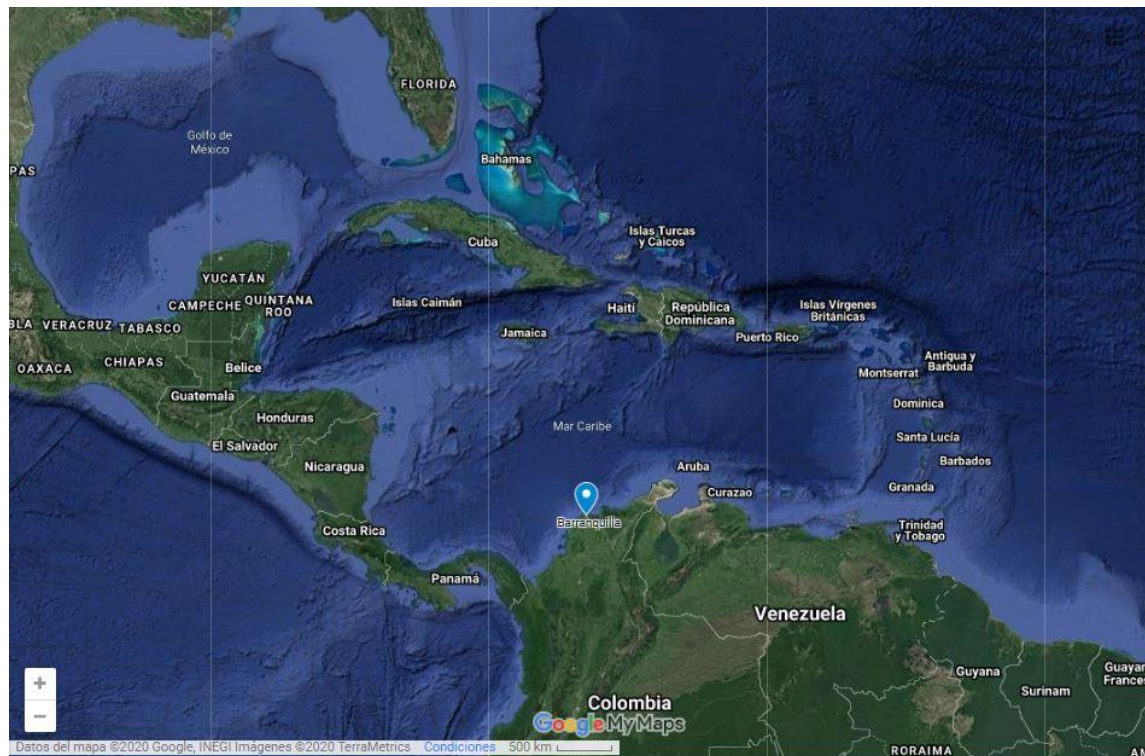
El historiador y caribeñista Antonio Gaztambide-Geigel, ha trabajado sobre la construcción del Caribe como región sólo a partir de 1989, con la independencia de Cuba y Puerto Rico de la Corona española. De esta forma, habla de distintos Caribes definidos desde las relaciones geopolíticas y diversos intereses políticos, económicos, sociales e incluso culturales. Como comenta, algunos de estos Caribes han sido definidos desde los imperios y otros frente a los mismos (Gaztambide-Geigel, 1996). De esta forma, identifica tres grandes tendencias en las que se han agrupado las definiciones del Caribe como región, las cuales presento de forma somera:

1. El Caribe insular o etnohistórico, el cual coincide con el uso más antiguos del término, por lo que ha sido el más utilizado en los estudios historiográficos. Se refiere fundamentalmente a las Antillas y las West Indies.
2. El Caribe geopolítico (principalmente a partir del final de la segunda guerra mundial), ha sido la acepción más utilizada en los estudios sobre las relaciones con Estados Unidos, pues responde, en gran medida, a las políticas externas de este país sobre la región y su imperialismo intervencionista; incluye al Caribe Insular, Centro América y Panamá.
3. El Gran Caribe (o Cuenca del Caribe), la acepción más reciente y que incluye a los Caribe anteriormente mencionados, más Venezuela y parte

de los territorios de Colombia y México; este concepto de Caribe ha sido asumido por algunas élites de estos países, así como por intelectuales y movimientos sociales, y ha tomado fuerza a partir de la segunda guerra mundial ante la contraofensiva estadounidense en la región, como herramienta de unificación y resistencia. “Hasta ahora, sin embargo, el resultado parece apuntar hacia una redefinición de las relaciones de cada parte de la cuenca con los bloques más que una consolidación de una nueva identidad regional (Gaztambide-Geigel, 2006, pp. 16-17).

En el caso que nos compete, para conceptualizar el Caribe articulamos la concepción del Gran Caribe con la del Caribe cultural: aquel definido por Charles Wagley (1960) como Afro-América Central y retomado en los análisis de Antonio Gaztambide-Geigel (1996, 2006) sobre la región Caribe como invención. Esto nos posibilita una visión amplia de las dinámicas socioculturales, políticas y económicas en la región; intercambios, redes e intereses que las cruzan.

Dicho Caribe cultural va aproximadamente desde el sur de los Estados Unidos hasta el norte de Brasil, sus fronteras son difusas y porosas, y trasciende límites nacionales e idiomáticos; pues más que fronteras físicas son simbólicas, cruzadas por los flujos de representaciones sobre el territorio y las relaciones en él entretrejidas. Es un territorio conformado, no sólo por las áreas insulares, sino también por tierras continentales, el cual no coincide con las fronteras políticas de países, sino que, por sus características, incluye partes de países. Es el caso de Colombia - donde se encuentra Barranquilla-, que siendo en gran medida un país Andino, cuenta con una región que se identifica como Caribe.



**Imagen 1. Aproximación al Gran Caribe y al Caribe Cultural.** Si bien, sus límites no son políticos, existe una conexión geográfica -a través del mar interior- entre los territorios que conforman al Gran Caribe y al Caribe Cultural y, como mencionamos en el texto, intereses y concepciones geopolíticas que articulan estos espacios. Google Maps, 2021(acceso abierto).

Este Caribe históricamente constituido, ha sido asociado principalmente con las dinámicas del sistema esclavista de la plantación<sup>9</sup>, asentado a través de las grandes haciendas de caña de azúcar, algodón, cacao, tabaco y banano, entre otros; en principio establecidas por los europeos durante la colonia y que, de cierta forma, se perpetuaron hasta épocas republicanas a través de empresas como la United Fruit Company. Las resistencias y resiliencias frente al mismo conformaron los estilos de vida de la región. Ya que la principal mano de obra en

<sup>9</sup> Antonio Benítez Rojo, en su libro *La isla que se repite* (1998), entre otros autores, plantea como referente definitorio de la región Caribe el sistema de plantación, aquel marcado por la explotación de monocultivos (principalmente de azúcar) en grandes extensiones de tierra a través de mano de obra esclavizada y cuya producción se comercializaría a nivel internacional.

las plantaciones durante la colonia fueron los africanos esclavizados, es un Caribe, con una fuerte herencia afro en su acervo cultural que, lejos de presentarse 'pura' se amalgamó con las otras múltiples herencias culturales que confluyen en este espacio. Así nos muestra Antonio Gaztambide-Geigel (1996, pp. 19-20), citando a Jean Casimir (1997)

Todas las culturas caribeñas fueron creadas por grupos humanos en conflicto permanente con el sistema dominante. Por su creatividad y su talento estos grupos mantenían un desafío constante contra el sistema que, pese a todo, prevalecía como un punto de referencia. La cultura caribeña es una respuesta a la sociedad de plantación, no es la cultura de la sociedad de plantación. p 118)

Casimir concluye que – sobre todo por el impacto de las migraciones intracaribeñas- se terminó creando un 'espacio caribeño endógeno' que extendió esta cultura a toda la Cuenca del Caribe. Y es precisamente en los estudios culturales donde se ha venido afirmando un Caribe cultural que trasciende el insular y de la presencia y la irradiación de la plantación y la contraplantación.

El sistema de plantación se desarrolló en principio en el caribe inglés y francés, llegando tardíamente (a finales del siglo XVIII) al Caribe hispano, con Cuba como su mayor representante. Alberto Abello Vives, plantea en su libro *La isla encallada* (2014), que dicho retraso se debió principalmente al privilegio que le daba la Corona española a la explotación y exportación de metales como el oro y la plata, sobre la producción agrícola; materiales que se encontraban presentes en el sur del continente y que eran sacados del territorio a través de lo que actualmente

constituye la costa caribe colombiana. De esta forma, en el Caribe neogranadino (actual Colombia) más que una economía de plantación durante la colonia, se desarrolló la figura de la hacienda<sup>10</sup>, siendo la ganadería la principal actividad agropecuaria (llegando las grandes plantaciones de tabaco, banano y caña de azúcar ya en la época republicana, durante el siglo XIX y XX<sup>11</sup>). Por esta razón, las élites del *hinterland* caribe colombiano se consolidaron alrededor de la ganadería y las de las costas, principalmente, en torno al comercio y al contrabando.

Por ello, José Polo Acuña en el texto *Un Caribe sin Plantación. Memorias de la cátedra del Caribe colombiano* (2006) sugiere que es el espacio de la contraplantación “la unidad de análisis que nos ayudaría a entender mejor el Caribe colombiano dentro de la dinámica del Caribe insular” (Ortiz, 2006). Historiadores como Alberto Abello y Ernesto Bassi (2014) consideran que, este aspecto consolida la concepción del Caribe como un espacio múltiple y diverso. Es la contraplantación (presente también en otras zonas del Caribe) como espacio de resistencia -el cual escapa a la tutela de la plantación- el que articula al caribe colombiano con el resto de la región.

Partiendo de lo anterior, si bien no podemos hablar de una cultura Caribe, a pesar de la diversidad, la cultura puede ser vista como factor unificador más que disociador (Gaztambide-Geigel, 1996, p 20). Es así, como retomando al sociólogo

---

<sup>10</sup> La hacienda presentaba ciertas diferencias con respecto a la plantación. Entre otras, la mano de obra esclavizada era más reducida, su producción era en menor escala y más diversificada, y esta se destinaba principalmente al comercio local, no internacional y no contaba con los grandes capitales que se encontraban detrás de las grandes plantaciones de caña de azúcar en las islas caribeñas.

<sup>11</sup> Además, no siempre administradas por élites locales, como en el caso de las bananeras, cuya mayor explotación se encontraba en manos de la United Fruit Company.

Orlando Fals Borda (1996), podemos abordar al Caribe como región geohistórica "... fundamentalmente un espacio sociogeográfico con elementos físicos y humanos que le dan unidad y lo distinguen de otros: más que la homogeneidad, es la integración de dichos elementos lo que determina la existencia de una región..." (p.28).

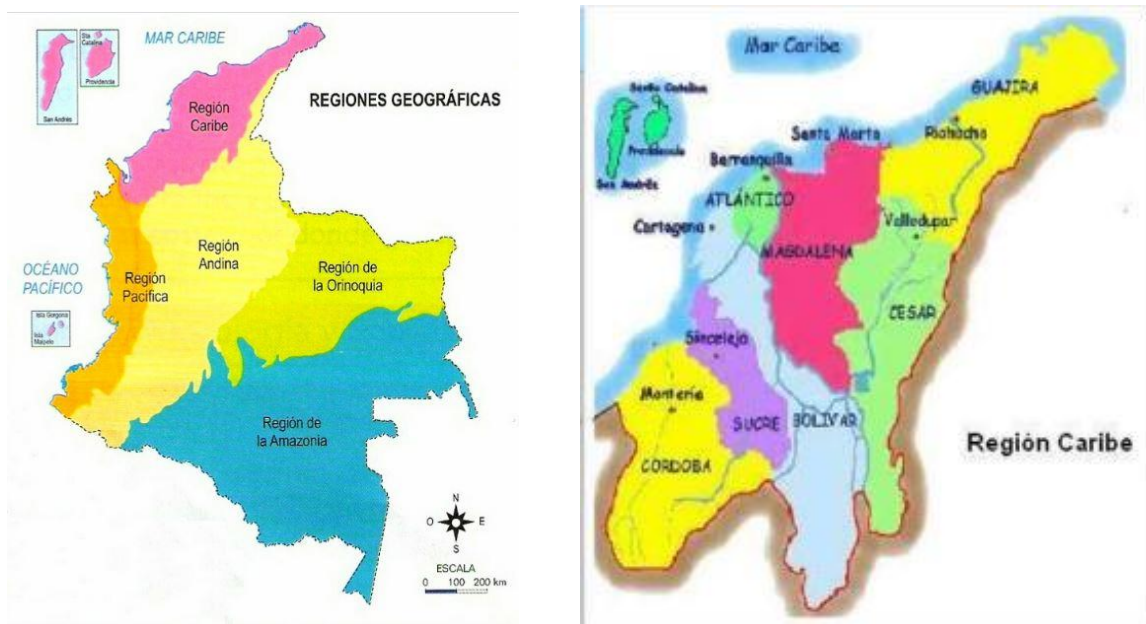
Tenemos entonces un Caribe que es uno y a la vez múltiple, diverso, rico en manifestaciones y representaciones culturales, conformado y alimentado constantemente por las migraciones tanto externa como internas y que se ha configurado como un *melting pot* de las mismas. Barranquilla, ciudad portuaria a orillas del mar Caribe, no ha sido ajena a estas dinámicas, ella misma se ha constituido como receptáculo de múltiples diásporas y crisol cultural.

### **Más allá de las montañas y las islas: la Colombia caribe**

#### **Se busca construir región**

En términos generales, Colombia se subdivide en cinco regiones geográficas: Andina, Caribe, Pacífica, Amazonía y Orinoquía o Llanos Orientales. El Caribe colombiano está constituido por ocho departamentos (de los 32 que conforman al país), ocupando unos 132.288 km<sup>2</sup>, 11,6% del territorio nacional (Aguilera et al., 2013, p 3); siete de ellos se encuentran en territorio continental y uno está conformado por islas sobre el mar Caribe. Si bien, normalmente se la define de esa forma, los límites de la región son construidos y algo difusos. Gran parte del territorio considerado Caribe se encuentran tierra adentro, a varias horas de camino del mar; mientras parte de los departamentos de Antioquia y Chocó- uno

considerado de la región Andina y otro de la Pacífica- tienen costa sobre el mar Caribe. De igual forma, aunque Colombia cuenta con costas tanto en el océano Pacífico como en el Mar Caribe, comúnmente cuando se habla de 'la costa' y 'los costeños' nos referimos al Caribe.



**Imagen 2. Regiones de Colombia.** Aunque no se encuentran constituidas como entidades territoriales, comúnmente Colombia es dividida en 5 grandes regiones geográficas (a su vez, éstas pueden ser subdivididas, respondiendo a características ecológicas de las mismas). Por su parte, los departamentos son las principales unidades de la división político-administrativa de la nación. <http://mapadecolombia.org/mapa-de-colombia-con-sus-regiones> (acceso abierto).

Como plantea Yusmidia Solano (2006) en su libro *Regionalización y movimiento de mujeres* (donde presenta un detallado recorrido por el proceso de regionalización de la región caribe colombiana) la regionalización es el proceso mediante el cual se pretende construir región a partir de elementos que cohesionen e integren a sus componente y habitantes; pasando así de la región geográfica a la región socialmente construida. Ello implicaría “un grado elevado

de identidad regional y un claro compromiso con la aplicación de un proyecto de desarrollo que se asume con características particulares, como resultado de una historia y una cultura específicas” (p. 257).

Visto de esta forma, el proceso de regionalización en la costa Caribe colombiana comienza a vislumbrarse a mediados del siglo XIX. Sin embargo, yéndonos un poco más atrás apreciamos cómo desde el mismo inicio del establecimiento del territorio nacional como una república independiente, los conflictos entre el centro (no sólo administrativa sino geográficamente, ya que Bogotá se encuentra en el centro del territorio nacional, en la cordillera de los Andes) y las regiones marcaron las realidades y disputas sobre el territorio y su gobernabilidad.<sup>12</sup>

En el primer periodo del proceso de independencia de lo que actualmente se conoce como la República de Colombia, de 1810 a 1815, los conflictos internos en torno al manejo de las regiones por parte de las élites llevaron a que la independencia no se consolidara. Este periodo es llamado *Patria Boba*. *Conformadas las Provincias Unidas de la Nueva Granada* (primer intento de república), las disputas y guerra civil por el establecimiento de un gobierno centralista o federalista generaron la división y desconcentración de los poderes locales frente a la corona española. No fue sino hasta la Reconquista en 1815, que ambos bandos dejaron de lado sus diferencias para enfrentar al enemigo común.

---

<sup>12</sup> Para ampliar el debate sobre las tensiones entre el poder central y las provincias al inicio del periodo republicano en Colombia, recomiendo el libro del historiador Alfonso Múnera *El fracaso de la nación: región, clase y raza en el Caribe colombiano* (1998).

Este proceso, sin embargo, dejó fuertemente resentida a la costa Caribe. La Reconquista por parte de España, liderada por el general Pablo Morillo, inició por Cartagena de Indias. La ciudad soportó el asedio naval y terrestres durante más de tres meses, hasta su caída. El otrora principal puerto, centro comercial y urbano más importante de la región quedó arruinado y su población considerablemente diezmada. No sería sino hasta 1821, que se alcanzaría la independencia plena de la Corona Española en estos territorios.

De allí en adelante, durante el convulso y sangriento siglo XIX colombiano (23 guerras civiles, nueve de ellas de alcance nacional), los reclamos y disputas por la autonomía de la región se manifestaron de distintas formas. En 1835 Juan José Nieto (estadista colombiano) le expone al entonces presidente las ventajas que traería el federalismo para la costa (Posada Carbó, 1999, citado en Solano Suarez, 2006). Posteriormente, en 1861, él mismo se convertiría transitoriamente en presidente y comandaría a la Nación desde Barranquilla (Fals Borda, 1998, citado en Solano Suarez, 2006), siendo así el único presidente afrodescendiente que ha tenido el país, aunque obviado por la historia oficial durante mucho tiempo. En los años 40 del mismo siglo, durante la denominada Guerra de los Supremos, cinco provincias costeñas fueron proclamadas como Estados Federales de la Costa. En general, la Nación se movió en el marco de las luchas por el federalismo y el centralismo a lo largo del novecientos. Ya a finales del siglo - el cuatro veces presidente costeño- Rafael Núñez logró, desde un gobierno centralista, que se atendieran parcialmente las demandas hechas desde la costa por una mayor participación económica y política a nivel nacional (Solano, 2006).

El siglo XX para la costa Caribe, inició con novedades. Una de ellas, la pérdida de parte de su territorio, actualmente Panamá; la otra, la primera iniciativa por la autonomía regional del siglo. En 1919 se funda la Liga Costeña por parte de los políticos, empresarios y diarios de la región. Con ella reaparecen los intentos de agruparse en torno a intereses comunes, principalmente económicos. De acuerdo con Posada Carbó (1988, como se citó en Solano, 2006), es una respuesta a las decisiones tomadas desde el centro de fortalecer la economía nacional apostándole a la expansión de los mercados andinos, dejando de lado los de la costa Caribe. Es así como se deja de privilegiar al río Magdalena como principal medio de transporte del país -el cual además permitía la conexión costa-centro, para empezar a darle paso a los ferrocarriles. Por otro lado, a principios del siglo XX la explotación de sal marina, monopolio de la nación desde 1885, se ve afectada por el establecimiento de impuestos más bajos a la sal de roca de Zipaquirá, cercana a Bogotá. En lo referente al aspecto político, se pedía una mayor representación de la región en el Senado, pues sólo contaban con 4 senadores en representación de 6 departamentos. En estos y otros aspectos se centraban las reivindicaciones de la Liga Costeña, la cual propendía por garantizar las condiciones que le posibilitaran una participación más equitativa en el desarrollo económico que se proponía a nivel central para la nación.

La Liga Costeña tuvo corta vida (1919-1922) y no logró consolidar una organización en torno a los intereses regionales. No existió una movilización de base que le diera fuerza y los intereses particulares de los distintos integrantes terminaron por desarticular la iniciativa. Como plantea Solano (2006) “El desafío de buscar apoyo en la población regional para presionar por un cambio de

rumbo, requería cuestionar las tradicionales formas de poder en la Región y esto implicaba más riesgos que dejar que el proyecto centralista se desarrollara como tal” (p 59).

Solano (2006) continúa desarrollando que, a lo largo del siglo XX, se dieron algunas manifestaciones de iniciativas puntuales frente a las políticas centralistas que afectaban negativamente en términos económicos, políticos y sociales a la región, sin embargo, ninguna con suficiente fuerza como para perdurar y consolidarse. No fue hasta los años 70, con la creación del SIPUR (Sistema de Planificación Urbano Regional para el desarrollo Integral de la Región de la Costa), que los reclamos por una mayor integración regional comenzaron a tomar forma.

El SIPUR fue el organismo técnico ejecutivo de la Asociación de Departamentos de la Costa Atlántica, conformada en ese momento por los siete departamentos y la intendencia (San Andrés y Providencia) que constituían a la región. Su objetivo principal era promover e incrementar el desarrollo de la región, integrando los refuerzos y recursos de los departamentos y la intendencia para “garantizar un progreso racional, armónico, equilibrado de sus diferentes zonas” (Solano, 2006, p 73). En principio, esto fue propuesto en concordancia con las políticas planteadas desde el gobierno nacional; no cuestionaba el modelo de desarrollo ni el de Estado-Nación, impuestos desde el centro.

A partir de esta iniciativa, se impulsó el proyecto de ley para la creación del Sistema Regional de Planificación, que en 1985 dio como resultado la creación del CORPES (Consejos Regionales de Administración) para la planificación del

desarrollo económico y social, este con limitaciones al no poder, jurídicamente, generar planes de desarrollo regionales ni tener participación en la definición de macropolíticas nacionales, y tampoco patrimonio propio. Todo ello llevaría a que cumpliera su ciclo en menos de dos décadas, desapareciendo en 1999.

Sin embargo, el SIPUR contribuyó principalmente al proceso de planeación urbana de Barranquilla más que al de la región como tal, mientras la situación social y económica del resto de la región no cambiaba mucho, teniendo a la falta de cobertura de los servicios básicos y su costo como uno de sus principales problemas. Por otro lado, para sus impulsores la creación del SIPUR implicó "...El reconocimiento institucional de la identidad regional de las unidades político-administrativas que componen el litoral Caribe, que permitió vislumbrar el conjunto como unidad integradora de planificación" (Sistema de Planificación Urbano Regional [SIPUR], 1989, como se citó en Solano, 2006, p 74). A pesar de esto, uno de los obstáculos para que prosperaran proyectos a nivel regional era la falta de reconocimiento de la región como unidad político-administrativa dentro de las instituciones de planificación del país. Finalmente, el SIPUR se extinguió en 1982.

A lo largo de la década y media siguiente (1981-1996) se realizaron siete foros que aglutinaron a algunos sectores de la costa, principalmente políticos, representantes de los gremios, periodistas y académicos. Estos foros fueron denominados en un principio Foros Costa Atlántica y, a partir del cuarto, Foros Costa Caribe. En el marco de los Foros, las reclamaciones por una mayor autonomía regional se hicieron explícitas, fortaleciendo así el proceso de

regionalización. De hecho, el primer foro realizado en Santa Marta entre el 26 y 28 de marzo de 1981 fue nombrado *Autonomía y Desarrollo*.

De allí en adelante, en ese marco, se desarrollaron discusiones sobre el modelo de desarrollo que se quería para la región y el tipo de relación que se deseaba mantener con el centro. Desde las posiciones más integracionistas con las políticas y la economía nacional, pasando por aquellas que buscaban un proceso paulatino de descentralización para alcanzar la autonomía regional, hasta quienes esperaban que la regionalización se consolidara en poco tiempo con la consecución a corto plazo del reconocimiento institucional de la región como entidad territorial.

Justamente, durante el periodo en el cual se desarrollaron los foros, Colombia vivía una importante coyuntura política, propiciada por el aumento de la presencia de la guerrilla y un considerable incremento de la violencia generada por la infiltración de los carteles del narcotráfico a todos los niveles de la sociedad. Iniciando la década de los 90 la desintegración social y las presiones de distintos colectivos por un cambio significativo eran tal, que se vio la necesidad de convocar una Constituyente. Hasta ese momento, se encontraba vigente la constitución centralista y conservadora redactada en 1886.

La Asamblea Constituyente fue convocada en 1991. A pesar del fuerte partidismo tradicional en Colombia, los representantes de la Costa se unieron en este marco para abogar por el reconocimiento de la Región en la nueva Constitución, independientemente de sus afiliaciones ideológicas. En ese momento, lo

discutido en los primeros 4 Foros (1981-1990) encuentra un espacio donde anclarse, que le podría brindar las herramientas para materializarse.

El principal impulsor de la iniciativa regional en la Asamblea Constituyente fue el sociólogo Orlando Fals-Borda<sup>13</sup>. Fundador junto a Camilo Torres Restrepo<sup>14</sup> de una de las primeras facultades de sociología en América Latina en la Universidad Nacional de Colombia (1959). Ya en su obra sociológica había trabajado profundamente el tema de la región desde las bases<sup>15</sup> y había sido ponente en algunos de los Foros anteriormente mencionados. Fals-Borda fue elegido por voto popular como constituyente dentro de la lista del recientemente creado partido Alianza Democrática M-19. Este surgió a partir de los integrantes de la guerrilla M-19, quienes en 1990 habían firmado un acuerdo de paz con el gobierno colombiano, desmovilizándose y reinsertándose a la sociedad civil.

Dentro de sus planteamientos teóricos estaba que

“[las regiones podrían] ...organizarse como un Estado, es decir, como un Estado- Nación regional o, si se quiere apocopar, como Estado - Región. Sin embargo, no sería un ente político estricto, sino más que todo una unidad de

---

<sup>13</sup> A pesar de la posición de Orlando Fals Borda en sus conocidos análisis, los cuales lleva a cabo desde y con las bases sociales, la presentación de un proyecto político de regionalización frente a las élites del país tenía otras exigencias. Negociar desde las élites fue imprescindible, siendo el mismo parte de las élites intelectuales latinoamericanas. En el proceso, desafortunadamente, las bases fueron relativamente dejadas de lado, fracasando los procesos de acercamiento de las políticas a la población. Así que, sólo podemos especular sobre las posibles -y más que probables- contradicciones y conflictos éticos y prácticos que para este sociólogo pudieron representar las negociaciones dentro de este contexto político colombiano; sobre todo, teniendo en cuenta el carácter participativo que transversalizaba su propuesta de autonomía regional. Años después de la constituyente, ya en el presente siglo, el propio Fals Borda dudaría de la viabilidad y pertinencia del proyecto de regionalización, teniendo en cuenta de forma práctica la situación política, económica y de orden público del país (Abello, 2008-2009).

<sup>14</sup> Sacerdote Católico, promotor de la Teología de la Liberación y miembro del grupo guerrillero ELN (Ejército de Liberación Nacional de Colombia), lo que le costó la vida en su primer combate.

<sup>15</sup> Esto lo hizo, principalmente, a través de su serie de libros Historia doble de la Costa (Vol. 1, 1979; Vol. 2. 1981; Vol. 3, 1984).

manejo técnico administrativo. Diferente de las provincias políticas que lo constituirían, el Estado - Región se dedicaría al manejo coordinado y global de los recursos naturales y a la actividad y defensa ecológica y cultural de los habitantes: en tierras, aguas, bosques, minas, pesca, agricultura, ganadería, educación superior y tecnológica y otros aspectos generales..." (1988, p 48, como se citó en Solano, 2006, p 134)

Con estas bases se realizó en Cartagena de Indias el *I Encuentro de Constituyentes de la Costa Atlántica a la Asamblea Nacional Constituyente*, con el fin de garantizar las propuestas de la costa. Allí, con el *Consenso de Cartagena*, los delegados se comprometieron a defender el documento *Por qué Legitimar las Regiones: la Modernidad del Estado* en la Constituyente. Todo ello promovido por el CORPES. Lo que se buscó principalmente durante la Asamblea Constituyente, fue garantizar la representación de los intereses regionales en la elaboración del Plan de Desarrollo Nacional y de la elaboración del Presupuesto y la fiscalización de la implementación de estos; de igual forma, que a través del Fondo de Regalías se retribuyera a las regiones por la explotación de recursos no renovables.

En definitiva, la Constitución del 91 abrió la puerta para la creación de la Región como Entidad Territorial (RET). Cómo se implementaría esto dependería de la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial (LOOT), sin embargo, esta no fue aprobada hasta 20 años después de la firma de la nueva constitución. Con su promulgación, se explicita el proceso de regionalización, sin embargo, no se reconocen las regiones como entidades territoriales. Como explica Edmer

Leandro López-Peña en su texto *El principio de buen gobierno y regionalización en Colombia* (2015)

“A partir de la ley 1454 de 2011 conocida como la ley orgánica de ordenamiento territorial (LOOT) se estipuló las regiones bajo la premisa del principio de cero burocracia y con ello se determinó la existencia de dos tipos de regiones, unas de planeación y gestión y las otras administrativas y de planificación (RAP). El principio de cero burocracia conlleva a que las regiones no alcancen el nivel de entidades territoriales y por lo tanto, no posean personería jurídica, presupuesto propio. La razón obedece a que son tomadas como modelos de integración entre entidades territoriales para impulsar el desarrollo nacional.” (p 182)

En el interludio entre la Constitución del 91 y la promulgación de la LOOT, se llevaron a cabo tres Foros más (1993-1997) y una votación de carácter pedagógico, no vinculante por la autonomía regional (2010).

Esta votación fue conocida como el *Voto Caribe* y realizada de forma conjunta con las elecciones nacionales legislativas de 2010. La votación se llevó a cabo en los ocho departamentos de la costa, los cuales, en el momento contaban con aproximadamente 11 millones de habitantes; el resultado fueron 2,5 millones de votos por la autonomía Caribe, aproximadamente un 39% el censo electoral - de 6.330.814 personas- para la región (Basado en datos de la Registraduría Nacional del Estado Colombiano, para las elecciones de 2010).



**Imagen 3. Papeleta oficial del Voto Caribe**, 2010. Podemos apreciar que, aunque hay un claro llamado a apoyar el proyecto electoral, también se muestra explícitamente la pertenencia y articulación con el proyecto de la nación colombiana. Por un lado, retomando los colores (reordenados) de la bandera nacional y, por el otro con la frase “Si, si, Colombia”<sup>16</sup>.

Los últimos foros regionales fueron denominados Foros Costa Caribe. Durante el quinto Foro (1993), ya se comenzaban a evidenciar las dificultades para reglamentar la consolidación de las regiones a través de su reconocimiento como RET. En la Constitución del 91 quedó plasmada la posibilidad de conformar, en primera instancia, las Regiones Administrativas y de Planeación (RAP)<sup>17</sup>, antes de ser consolidadas como RET, con el fin de que el proceso se diera de forma paulatina. Sin embargo, a nivel de legislación, luego de dos años no se había presentado ningún avance. Recordemos que, por una parte, la puesta en marcha de este proceso institucional dependería de la LOOT y, además “...en los proyectos de las leyes orgánicas de planeación, de presupuesto, de recursos y

<sup>16</sup> Parte del estribillo inicial de la canción Colombia Caribe (Francisco Zumaqué, 1985), el cual reza “Sí, sí, Colombia... Sí, sí, Caribe”; himno del Festival de Música del Caribe, celebrado en Cartagena de Indias entre 1982 y 1996.

<sup>17</sup> De acuerdo con la LOOT las RAPs son “las entidades conformadas por dos o más departamentos, con personería jurídica, autonomía financiera y patrimonio propio, cuya finalidad está orientada al desarrollo regional, la inversión y la competitividad”. (artículo 30 de la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial 1454 de 2011)

competencias, ley de regalías, transferencias de la Nación, ley de ordenamiento territorial y ley de regiones, resultaban evidentes sus desviaciones con relación al espíritu de la Constitución.” (Solano, 2006, p. 151), en lo referente a la consolidación de las regiones. Esto evidenció el carácter profundamente político que implicaba el proceso de regionalización, ya que no sólo es un proceso de reordenamiento del territorio, sino de los diversos poderes e intereses que juegan en el territorio nacional.

Solano nos muestra, cómo en los últimos dos foros y en vista de las dificultades que iba presentando el proceso de consolidación de la Región, este había sido asimilado como algo gradual. La atención entonces se centró en el desarrollo endógeno regional con mayor participación de mujeres, jóvenes y, en general, de los diversos sectores sociales. Ellos se llevaron a cabo teniendo en cuenta el creciente deterioro del orden público y el aumento de la violencia y del desplazamiento forzado en la zona, como consecuencia de las actividades de guerrillas y paramilitarismo. Por lo tanto, se les brindó un papel importante a los discursos sobre la paz y la justicia social, dándose durante el séptimo foro incluso acercamientos con distintos grupos armados al margen de la ley, con miras a futuros acuerdos para una salida negociada del conflicto armado. La consolidación de un proceso de regionalización desde las bases sería imposible si los espacios democráticos para la participación de estas se reducían cada vez más como consecuencia de la guerra y si resultaba imposible garantizar sus derechos fundamentales.

El sexto Foro (1996), se desarrolló en torno a tres pilares principales: la autonomía, vista como

"...la capacidad social, cultural y legal de la Región Caribe para planificar, administrar y tomar decisiones sobre su desarrollo integral..." ; la competitividad, como "...la disposición de la sociedad regional para incorporar progreso técnico a las actividades productivas y sociales, generando un tipo de desarrollo que garantice el adecuado sinergismo entre la transformación eficiente de los sistemas económicos con la equidad social y la preservación y renovación del medio ambiente."; y la sostenibilidad, entendida como "La capacidad de generar riqueza sin destruir la oferta natural y sin excluir a la población de los beneficios del crecimiento. Se pretende de esta manera que el desarrollo esté centrado en el hombre, la cultura y el respeto del patrimonio natural" (Consejos Regionales de Planificación [CORPES], conclusiones, como se citó en Solano, 2005, p 176-177).

Teniendo en cuenta este último punto, se planteó promover la identidad cultural como factor de desarrollo. Una identidad difusa y en construcción dentro de un proceso de regionalización algo atropellado, transversalizado e influenciado por los intereses tanto de las élites capitalinas como regionales; la misma que se estaba intentando rescatar y visibilizar desde las élites intelectuales caribes.

Como parte de un programa más amplio aprobado para la Costa por el Consejo Nacional de Política Económica y Social-CONPES<sup>18</sup> (Estrategia para la gente caribe-EsCaribe), en el tiempo transcurrido entre los últimos dos Foros, se creó

---

<sup>18</sup> Máxima autoridad de planeación en Colombia, creada en 1958, de la cual el Departamento Nacional de Planeación desempeña las labores de Secretaría ejecutiva (Observatorio regional de planificación para el desarrollo e Latinoamérica y el Caribe (<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/instituciones/consejo-nacional-de-politica-economica-y-social-conpes-de-colombia>)).

el Observatorio del Caribe Colombiano (1997), un centro de pensamiento sobre la región auspiciado por el Departamento Nacional de Planeación, el Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo – Fonade (entidad estatal), entidades dedicadas a la investigación y la docencia, y los gremios de la Región. El objetivo fundamental del Observatorio es, a través de la reflexión sobre las realidades sociales y económicas de la región, “... apoyar la construcción de la sociedad del futuro, producir propuestas para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región e impulsar en el nivel nacional un mejor entendimiento de la pertenencia de Colombia al Caribe.” (Observatorio del Caribe (<http://www.ocaribe.org/quienes-somos?la=es>)).

En las últimas décadas, esta entidad ha generado y divulgado conocimiento a través de publicaciones, la realización de mapas culturales, la financiación de proyectos de investigación, etc., en torno a temas que considera estratégicos para la región como “seguridad alimentaria y nutricional, desarrollo urbano y regional, cultura, competitividad de las ciudades”. A pesar de que el programa EsCaribe desapareció con el cambio de la directora del DNP, el Observatorio sigue funcionando. En esta misma línea investigativa y divulgativa sobre la Región -y aún existente- encontramos a FUNDESARROLLO (1996), Fundación para el Desarrollo del Caribe. En este caso una iniciativa de la empresa privada que busca “... realizar, promover y difundir investigaciones rigurosas de carácter económico, social, y urbano sobre la Región Caribe, con el fin de contribuir a la solución de los problemas que limitan el bienestar de la población y el desarrollo de la región” (Fundesarrollo (<http://www.fundesarrollo.org.co/acerca-de-nosotros/>)).

Si bien, en los últimos 28 años en el país se ha venido presentando un lento proceso de descentralización, el proceso de regionalización para llegar a la autonomía regional ha sido bastante lento y, como vimos, la puerta al reconocimiento de la RET ha estado cerrada por casi una década. Como menciona Solano (2006), el proceso de regionalización ha sido atacado por funcionarios del centralismo porque podría elevar los gastos de la Nación y aumentar la burocratización. Por otra parte, la violencia en la región no daría tregua en las últimas décadas. Además de esto, las élites políticas y económicas costeñas muchas veces han preferido mantener el statu quo y jugar estratégicamente por sus intereses particulares desde articulados con los poderes centrales.

Sin embargo, en 2017 se logró firmar, por parte de los gobernadores de la Región, del compromiso para la conformación de la RAP<sup>19</sup> Caribe, la cual contará con personería jurídica y podrá tener autonomía y patrimonio propio. Sus funciones, además de administrativas y de planificación para el desarrollo regional, deberán propender por el fomento de la identidad cultural regional. Al respecto, se presentan preocupaciones principalmente por el grado de corrupción en la región, se teme entonces que, al alcanzar la autonomía regional liderados por los partidos tradicionales y clientelistas, dichos vicios se intensifiquen.

---

<sup>19</sup> La RAP contará con personería jurídica, autonomía y patrimonio propio.

En octubre de 2018, se llevó a cabo en Cartagena de Indias – impulsado por la revista *Semana*<sup>20</sup> y apoyado por entidades públicas y privadas- el *Foro Gran Caribe*, en el cuál no sólo se pusieron en común reflexiones sobre el Caribe colombiano, se buscaba analizar la integración y el potencial de este en el Gran Caribe como bloque económico, político y cultural. Del evento tomaron parte, principalmente, políticos y representantes de los gremios.

Finalmente, en 2019, después de haber sido aprobada por el Congreso, el presidente de la República sancionó la *Ley de Regiones*, la cual promueve el proceso de autonomía regional, particularmente a la RAP, no sólo de la Región Caribe, sino del resto de regiones a nivel nacional que se encuentran en proceso de consolidación. El objetivo principal, según los impulsores de la ley, es reducir las inequidades interregionales, pues las regiones tendrían autonomía para tomar decisiones administrativas de acuerdo con sus necesidades y presupuesto para las mismas. Esta ley intenta complementar cubrir falencias sobre este aspecto de la LOOT y fija la ruta para el paso de la RAP a la RET.

Es de anotar que, la mayor parte de este proceso por la autonomía regional se ha sido jalonado por élites tanto económicas como intelectuales de la región. Las bases han participado sólo en ocasiones puntuales a través de algunos movimientos de jóvenes y/o mujeres, pero no en masa. De hecho, es un proceso desconocido por gran parte de la población general. Aunque en los últimos años la regionalización ha comenzado a consolidarse gracias a las leyes que posibilitan la implementación de lo plasmado en la constitución del 91 en tono a la región,

---

<sup>20</sup> Una de las revistas más leídas en el país, se ocupa principalmente de temas de actualidad social y política.

tanto el proceso como los resultados han sido dispersos y, estos últimos, parciales. Hace ya más de una década, Yusmidia Solano lo calificó como “regionalización diletante”; en su momento comenta que

Es un regionalismo que se presta para todas las interpretaciones y usos oportunistas. Son las vacilaciones, la falta de firmeza, de convicción, de fuerza y el temor a la participación popular en el proceso, las condiciones que han contribuido a que las posiciones centralistas se hayan impuesto, aplazando indefinidamente el tema de la regionalización del país. (2006, p 267)

Queda esperar que, con los avances que se han realizado en los últimos años, dicha diletancia esté dejándose de lado, aunque aún no se ve una clara participación de la población en la construcción del proyecto regional, como proyecto político y económico. En el marco de la RAP y de la regionalización, se habla del fomento de la identidad regional, sin embargo, ¿desde dónde parten dichas propuestas identitarias que piensan ser fomentadas? ¿Cómo se articularían los contextos culturales, por demás diversos, de la región a los proyectos políticos y económicos con miras al desarrollo de esta; a través de qué mecanismos?, ¿con qué herramientas de participación ciudadana? ¿Responderá dicho fomento a los intereses, referentes y prejuicios /estereotipos de las mismas élites que han venido jalonando el proceso? Preguntas que, esperamos puedan ir resolviéndose a medida que se consolida la regionalización del Caribe colombiano.

## Hegemonía territorial: racialización y marginación desde el centro

A pesar de poder considerar como diletante al proceso de regionalización, vemos cómo algunas reformas a nivel político-administrativo están comenzando a hacerse visibles. Todo esto en el marco de una lucha de más de 200 años frente a la hegemonía territorial desde el centro, dentro de la República.

Si bien, existen conexiones culturales dentro de las distintas regiones, están lejos de ser homogéneas y cada una maneja distintos códigos de referencia. En torno a ellas, se han generado imaginarios y estereotipos, algunos de los cuales se basan en concepciones heredadas de la sociedad colonial que fundamentaron el proyecto de construcción de nación en Colombia después de la independencia; más específicamente una visión racializada de la geografía nacional.

Algunos intelectuales de inicios del siglo XIX, basados en teorías ilustradas, principalmente en los planteamientos de Linneo y Buffon, comenzaron a dibujar una geografía nacional racializada, la cual se correspondía con un determinismo climático. Dos de los más influyentes intelectuales de la época Francisco José de Caldas<sup>21</sup> y José Ignacio de Pombo, sustentaron la tesis de la superioridad de las razas de climas fríos o templados. De esta forma, se consolidó casi hasta institucionalizarse, la idea de que las poblaciones que habitan las costas, llanos y zonas selváticas del territorio eran menos civilizadas, salvajes y por lo tanto

---

<sup>21</sup> Francisco José de Caldas fue un intelectual colombiano conocido como EL Sabio Caldas, por su erudición en múltiples áreas como la botánica, geografía, astronomía, ingeniería, entre otras. Participó activamente en el proceso independentista de La Nueva Granada, lo que le costó la vida a manos de representantes de la Corona española.

inferiores.<sup>22</sup>De este modo, las costas estarían asociadas a lo negro y salvaje, mientras que el interior andino a pieles más claras y a la civilización.

Con la consolidación de Colombia como país centralista a finales del siglo XIX, los imaginarios conformados en torno a dicha concepción racializada de nación estuvieron lejos de desaparecer. Como expresa Alfonso Múnera en su libro *Fronteras Imaginadas, La Construcción de las Razas y La Geografía en el Siglo XIX Colombiano* (2005), aún hoy en día esas imágenes negativas de las costas (apoyadas incluso por los propios intelectuales caribeños), siguen influyendo en la percepción que se tiene de la población nacional y en la forma de actuar frente a la misma.

Esto lo podemos apreciar reflejado incluso en la cultura popular en nuestros días a través de novelas como *La Costeña y el Cachaco* y las representaciones hechas principalmente desde programas de televisión capitalinos. En el primer caso, la temática central de la novela mencionada es la relación amorosa entre una costeña y un cachaco<sup>23</sup> y las situaciones -entre dramáticas y cómicas- que se presentan, en parte, como consecuencia de las diferencias culturales y la adaptación en el marco de estas; la costeña representa el lado emocional, alegre, colorido y, en cierta medida, desbocado, de la vida, mientras el cachaco es un personaje sobrio, serio y más racional. Por otro lado, las representaciones por parte de algunos actores, tanto en otras novelas como en espacios de comedia,

---

<sup>22</sup> Estos planteamientos se encuentran plasmados en la obra de Caldas “Del influjo del clima sobre los seres organizados” (1808), analizada por el historiador A. Múnera (2005) en su libro *Fronteras imaginadas. La construcción de la raza y de la geografía en el siglo XIX colombiano*.

<sup>23</sup> Forma coloquial de llamarle, desde la costa caribe, a cualquier persona del interior del país.

siguen reproduciendo estereotipos del costeño chabacán (vulgar), vago, bullero y desinteresado, frente cachaco trabajador y centrado.

La idea del Caribe salvaje (impulsivo y emocional) frente al interior civilizado (racional e inteligente), sigue reproduciéndose constantemente a través de los medios de alcance nacional, fortaleciendo los estereotipos y aportando a la constante discriminación por ambas partes. No sólo ha sido una cuestión de imagen, esta contraposición entre centro y costa (y en general, entre la zona andina y el resto de las regiones del país) se ve igualmente reflejada en la diferencia entre de la inversión estatal y la presencia del Estado (a través de educación, sanidad, fuerza pública, etc.) en las grandes ciudades andinas y las demás regiones.

Como resultado de la sociedad de castas colonial, la categorización de las regiones articulada con lo racial estuvo y sigue estando amarrada a categorías de clase que se manifiestan, de una forma u otra, en los contextos urbanos, pero que además se hacen evidentes en una violencia estructural frente a las poblaciones consideradas inferiores. Ya desde inicios de la presente década se había publicado que la tasa de pobreza dentro de la poblaciones afrodescendientes e indígenas era mayor al de la población general del país, y en diez años la situación no ha mejorado considerablemente (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 2012; Viáfara, 2017; Mosquera, 2018). La desnutrición (principalmente infantil), la falta de acceso a los servicios básicos, educación y salud son algunas de las circunstancias a la que se enfrenta gran parte de esta población.

Es así como, normalmente se ha asociado a colores de piel oscuros con la pertenencia a clases populares, en ocasiones con una carga discriminatoria y segregacionista hacia las mismas. Además, aún puede percibirse el extrañamiento de personas en la zona andina cuando ven que la gama de colores de piel presente en la costa Caribe es más amplia de lo que pensaban.

Como vemos, los estereotipos que aún se manejan sobre la región Caribe se remontan a los primeros años de la construcción nacional, un periodo que además no fue nada sencillo ni beneficioso para la población de la Región, pues gran parte de esta no recibió mayores beneficios a partir de la independencia de la Corona Española. Por un lado, la población indígena perdió, a manos de las élites criollas, la protección que le había otorgado la Corona, por el otro, la población negra siguió esclavizada 30 años más, a pesar de haber aportado en las luchas del proceso de independencia. Además de ello, quienes habían formado parte de las castas más pobres siguieron siendo excluidos y marginalizados, como en el resto del país.

Es de anotar que, la construcción de la Nación a partir de las ideas de civilización, desarrollo y progreso articuladas a 'lo blanco' no fueron un fenómeno exclusivo de Colombia. A lo largo de todo el continente americano podemos ver cómo el referente racial se constituyó en uno de los pilares para la representación y categorización de los habitantes de las nuevas repúblicas. Posteriormente, a finales del siglo XIX y principios del XX, estas representaciones estuvieron sustentadas, en muchos casos, por ideas eugenésicas que también estaban teniendo fuerte acogida en algunos sectores europeos de la época. Todo ello,

llegó incluso a materializarse en políticas públicas y discursos políticos que explícitamente buscaban el blanqueamiento de las poblaciones americanas.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, es posible anotar que las representaciones que de la región Caribe colombiana se han construido desde el centro, pueden evidenciarse incluso en cómo se ha nombrado a esta zona del país. En su texto *¿Costa Atlántica? No: Costa Caribe*, el historiador Gustavo Bell Lemus (2006) lanza una hipótesis en la cual plantea

que la denominación de Costa Atlántica, en vez de Costa Caribe, esconde una actitud despreciativa hacia la Costa, surgida a mediados del siglo XIX, con claros orígenes racistas y discriminatorios. Se originó particularmente luego de la guerra de los Supremos, al parecer, por la intensificación de los contactos de las élites del interior del país con la Costa Norte, en su proceso, obvio, de una mayor integración con la economía mundial. (p. 2)

En su argumentación nos muestra como hasta el mediados los años 40 del siglo XIX aparecía en los mapas que el territorio colombiano lindaba al norte con el mar Caribe, sin embargo después de la guerra de Los Supremos (1840-1842), único momento en el cual la zona norte del país se separó del resto conformando estados federados, comenzaría a referirse tanto desde la institucionalidad como a través de los textos educativos a la Costa Caribe como Costa Atlántica, en un intento de 'andinizar' y separar de la Cuenca del Caribe simbólicamente a Colombia. Un Caribe que, entre otras cosas, aún en la época era asociado con pueblos caníbales, bárbaros y salvajes, visión proveniente de los primeros años de conquista, a pesar de que este había jugado un papel fundamental durante el

proceso de independencia. Sobre esto, anota que es muy difícil establecer una relación de causalidad, pero se remite a los datos analizados hasta ese momento.

En 2006, cuando Bell Lemus escribe este texto, lo hace rememorando una carta que había enviado al diario El Tiempo (uno de los diarios capitalinos de mayor tirada nacional) en 1995, porque se referían a la costa norte del país como Costa Atlántica, aunque no tenemos costas sobre el Océano Atlántico. Imprecisión geográfica que el diario aceptó después de haber consultado en el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC)<sup>24</sup>, pero que justificó por estar arraigada en una tradición de más de 100 años, según cuenta el autor.

Este intento de centralización o ‘andinización’, como lo denomina Gustavo Bell Lemus, e incluso de blanqueamiento nacional, lo podemos apreciar en el establecimiento de las fechas conmemorativas patrias y en un discurso blanco, patriarcal y centralista que a su vez se reproduciría una y otra vez por más de un siglo a través de los textos educativos. Al acercarse la conmemoración del primer centenario de independencia las fechas tomadas como referencia fueron aquellas de las revueltas y batallas ocurridas en y cerca de la capital, dejando prácticamente en el olvido, por parte de la historiografía oficial, lo acontecido al respecto en el resto del país y los aportes de las demás regiones en el proceso.

Por su parte, el reconocimiento de Colombia como un país mestizo en la constitución de 1896, sumió en más de un siglo de invisibilización institucional y

---

<sup>24</sup> “...entidad encargada de producir el mapa oficial y la cartografía básica de Colombia; elaborar el catastro nacional de la propiedad inmueble; realizar el inventario de las características de los suelos; adelantar investigaciones geográficas como apoyo al desarrollo territorial; capacitar y formar profesionales en tecnologías de información geográfica y coordinar la Infraestructura Colombiana de Datos Espaciales (ICDE)” (IGAC <https://www.igac.gov.co/es/que-hacemos>)

simbólica a las comunidades indígenas y afrodescendientes del territorio nacional. Dicha democracia racial, donde todos éramos considerados iguales (conciendo al mestizaje como una tendencia al blanqueamiento en detrimento de las herencias afro e indígenas), desdibujó las diferencias culturales de los diversos grupos que constituían a la nación colombiana, llevando a una aparente homogeneización que, en muchos casos, llevó a irrespetar y violentar la diferencia. No fue hasta la constitución de 1991, donde se reconoció la diversidad pluriétnica y multicultural de la nación, dándole espacio y herramientas a las reivindicaciones por los derechos sociales y culturales desde la diversidad, que ya llevaban varias décadas desarrollándose. Es importante resaltar de nuevo en este punto que, un porcentaje considerable de la población de las costas (no sólo Caribe, también Pacífica), son afrodescendientes e indígenas.

Esta visión de una nación mestiza era (y sigue siendo) compartida por las elites interioranas y caribes, percibidas en su mayoría como blancas/mestizas, por lo tanto, más cerca la 'lo civilizado' que el resto de la población asociada a estereotipos raciales relacionados con lo indígena y afrodescendiente. Ello ha sido un punto tácito de encuentro en momentos de negociación social, política y económica sobre las condiciones de la región Caribe, así como un factor para la prevalencia de la hegemonía centralista sobre el territorio, con el auspicio de parte de las propias élites caribes.

La deconstrucción de estos discursos racializados y centralistas puede apreciarse en los trabajos que han llevado a cabo los historiadores de la región durante los últimos 30 años; a partir de los años 90, han venido mirando al Caribe desde el Caribe. Tanto la consolidación del movimiento social afrocolombiano e

indígena, como las nuevas corrientes historiográficas caribeñas, brindan herramientas para darle nuevos aires a las dinámicas sociales en la región. Al respecto comenta Alfonso Múnera (2005), uno de los protagonistas e impulsores de esta corriente historiográfica:

No obstante, en las tres últimas décadas del pasado siglo un movimiento vigoroso de reafirmación de la identidad, desde abajo, desde lo popular, ha traído a la escena con un vigor inusitado la herencia afroamericana e indígena de los pueblos costeros. Todo parece indicar que, en contravía de la nación predicada desde los célebres ensayos de Caldas, y adoptada por las élites interioranas y costeras, sólo aferrándose a sus propios proyectos de nación, fundamentados en una larga historia de resistencias, que por fortuna comienza a reconstruirse, negros, indios y castas pobres en general superarán el profundo trauma colectivo de las costas colombianas y de otros territorios: el de pueblos enseñados, por una larga tradición a despreciarse. (p 87-88)

El Caribe colombiano ha sido, como hemos visto, un espacio de resistencia, no sólo física sino simbólica. Esto lo podemos apreciar desde la resiliencia frente a la sociedad de plantación, hasta las respuestas frente a los proyectos centralistas desde los cuales hemos sido imaginados y construidos como subalternos, a partir de estereotipos que hunden sus raíces en la sociedad colonial y se consolidan a través de discursos discriminatorios y marginalizantes, cuando no paternalistas. Como apunta Eduardo Verano de la Rosa (2016) -dos veces gobernador del Departamento del Atlántico (donde se encuentra ubicada Barranquilla) y uno de los principales impulsores del proceso de regionalización- el "...centralismo y el

presidencialismo vigente que trata a la ciudadanía de las regiones periféricas como si fueran menores de edad” (segundo párrafo).

Sin embargo, a pesar de que, por parte de algunas élites, en la geográfica y la educación colombianas no se reconocieran las lindes con el Caribe, a partir del final de la segunda guerra mundial geopolíticamente comienza a conformarse el Gran Caribe o Cuenca del Caribe, de la cual hace parte un fragmento de Colombia, como expone Antonio Gaztambide-Geigel (1996). Dicho Caribe, está constituido por el Caribe insular, Centroamérica, Panamá; Venezuela y partes de Colombia y México. Dicha acepción de Caribe fue adoptada por algunos historiadores, escritores, intelectuales en general y políticos, incluso por el Sistema Económico Latinoamericano (SELA), entre otras cosas como un mecanismo de unidad y resistencia frente a los intereses estadounidenses. Al respecto comenta Gaztambide-Geigel:

Fueron, sin embargo, las élites de las potencias regionales quienes reactivaron lo que algunos de ellos llaman «vocaciones caribeñas» o «intereses preeminentes» en la región ante la contraofensiva estadounidense. Irónicamente (...) Colombia y Venezuela han sido siempre parte del Caribe. Pero entonces, por lo menos las élites dominantes de esos países quisieron reacerarse al Caribe por sus propias aspiraciones, o temores, geopolíticos. Es decir que incorporaron, además de la geopolítica de la hegemonía, la geopolítica de la resistencia. (...) Finalmente, y por iniciativa de la Comunidad del Caribe (CARICOM), todos los estados y territorios de la cuenca adoptaron la caribeña como por lo menos una de sus

identidades, al constituir -en julio de 1994- la Asociación de Estados del Caribe (AEC). (p 17)

De hecho, no es sino a partir de los años 90, que la denominación Costa Caribe se generaliza tanto en el uso institucional como coloquial en Colombia.

En los últimos tiempos se han vuelto parcialmente las miradas del centro hacia la costa caribe, particularmente hacia Barranquilla, como nodo fundamental para el contacto con el exterior en el marco de los tratados de libre comercio que en las últimas décadas ha firmado el país. Sin embargo, las preocupaciones por el bienestar económico y social de la región siguen presentes, pues no dejan de ser discursos y acciones que terminan beneficiando fundamentalmente a las élites, dejando de lado las necesidades reales de los colectivos más pobres.

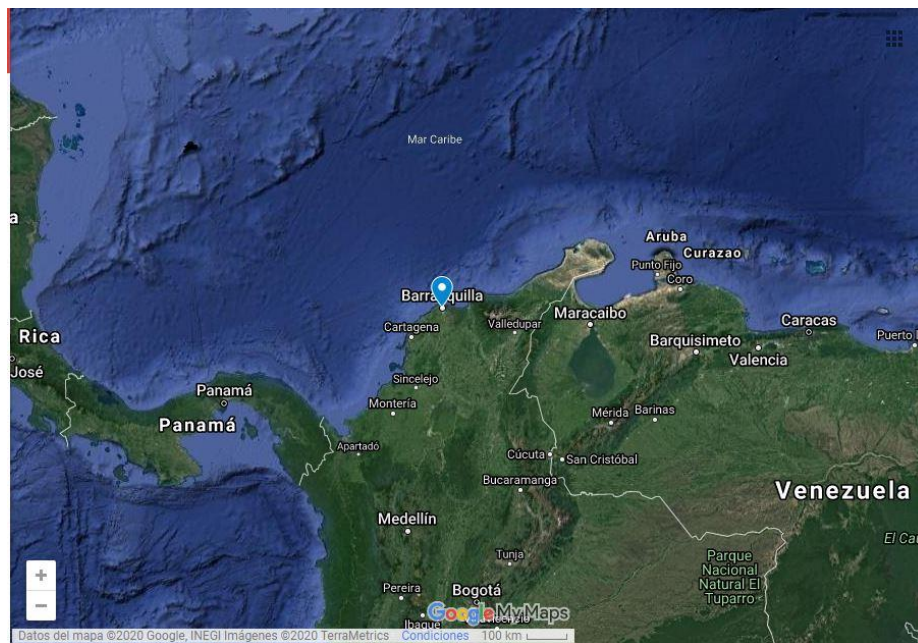
### **Desigualdad en un Sitio de Libres caribe: Barranquilla y el desarrollo en la modernidad**

Barranquilla: “libre”, laica y pionera

El Distrito Especial, Industrial y Portuario de Barranquilla es el centro urbano más grande de la región Caribe colombiana, con aproximadamente 1.120.103 habitantes (1.879.029 hab. teniendo en cuenta el área metropolitana), además de ser la capital del departamento del Atlántico (según el último censo poblacional realizado en 2018 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] <https://www.dane.gov.co/>). En Colombia sólo existen seis municipios con la denominación de distrito, asignada a entidades territoriales con características

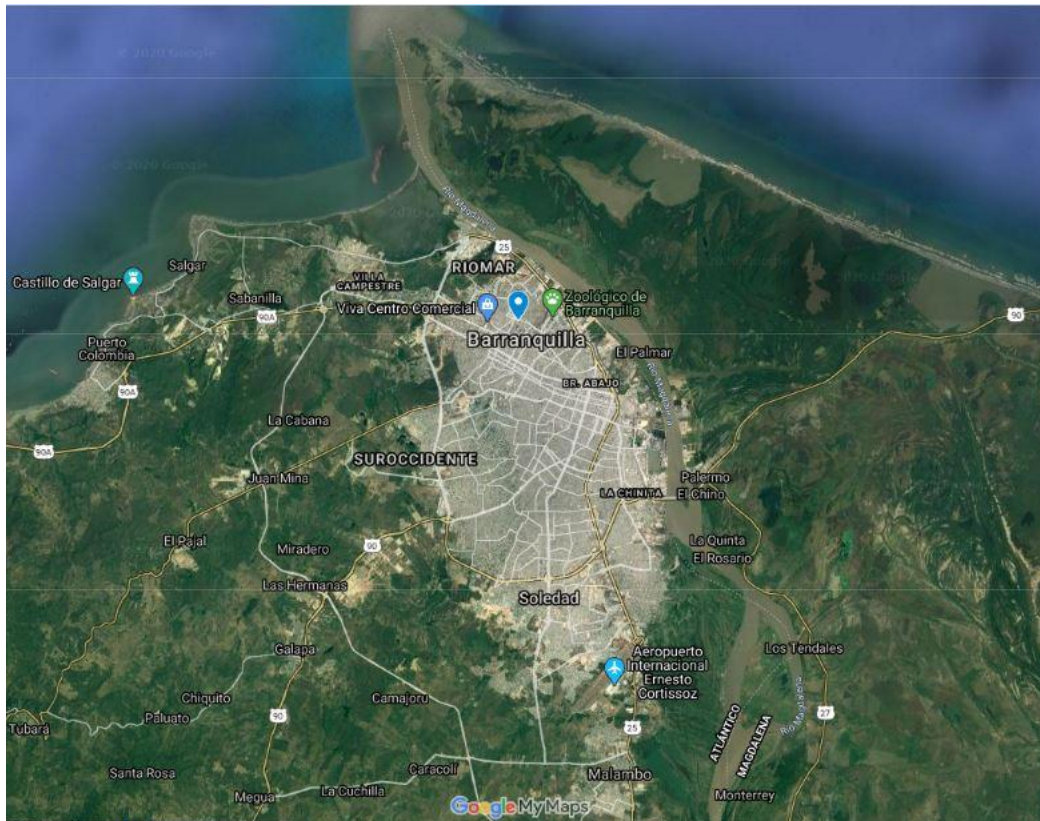
especiales en términos económicos, culturales o administrativos y la cual les brinda prioridad frente a los recursos nacionales para el desarrollo de proyectos.

Barranquilla es una joven ciudad ubicada en la costa Caribe colombiana, entre las ciudades de Cartagena de Indias y Santa Marta. Se encuentra asentada en una loma al pie de la zona de estuarios de la desembocadura del río Magdalena (principal arteria fluvial del país) sobre el mar Caribe. En la zona donde actualmente se encuentra hubo asentamientos indígenas desde la época prehispánica<sup>25</sup>.



**Imagen 4. Ubicación de Barranquilla** Barranquilla cuenta con una ubicación estratégica -en términos de conectividad con el interior del país y el exterior del mismo, al hallarse en el centro de la costa caribe colombiana y al pie de la desembocadura del río Magdalena, el cual viene cruzando gran parte del territorio nacional de sur a norte. Google Maps, 2020 (acceso abierto).

<sup>25</sup> Aunque alrededor de este tema aún no se han realizado trabajos sistemáticos, encontramos esbozos de este en los siguientes escritos, entre otros: Carlos Angulo Valdez (1981), Jorge Villalón (2000), Giancarlo Macchi (2000).



**Imagen 5. Mapa de Barranquilla** El territorio donde en estos momentos se encuentra Barranquilla comienza a poblarse durante el siglo XVII (aunque se han hallado restos arqueológicos que indican asentamientos prehispánicos en la zona). Esta comienza a crecer a orillas del río Magdalena, teniéndolo como su principal frontera natural. En la actualidad, la ribera contraria del río pertenece a otro departamento (Departamento del Magdalena), por lo que cualquier política urbana local también tiene sus límites en el río. En la imagen apreciamos igualmente que la riberera contraria a la ciudad se encuentra escasamente poblada, en parte, por ser un área de humedales protegida. Google Maps, 2020 (acceso abierto).

A diferencia de gran parte de las ciudades latinoamericanas, Barranquilla no fue fundada por blasones españoles, la zona fue progresiva y dinámicamente poblada, hasta constituirse como centro urbano durante el siglo XIX. Según el cronista Domingo Malabet (1891) Barranquilla habría sido poblada a partir de la migración de vaqueros en 1623, desde lo que actualmente es la población de Galapa (municipio que forma parte del área metropolitana de la ciudad en la actualidad).

A pesar de que este mito fundacional ha prevalecido hasta nuestros días, ya en 1987 fue refutado por el historiador José Agustín Blanco, en una detallada investigación publicada en el libro *El norte de Tierradentro y los orígenes de Barranquilla*. En el cual da cuenta de la progresiva consolidación de asentamientos en la zona a través de la época colonial, llegando a constituirse como ‘Sitio de Libres’ en el siglo XVII. Los ‘sitios de libres’ o ‘rochelas’ establecidas en la colonia, eran lugares que se encontraban relativamente fuera de la normatividad y control virreinal, así como del dominio de la plantación.

Como expone Alfonso Múnera (2005), según una categoría del censo de 1776, en estos lugares vivían ‘libres de todos los colores’, entre ellos personas negras libertas, pues “[...] más que referirse en sentido estricto al mestizo, la expresión ‘libre de todos los colores’ hace referencia a aquel que por su condición social podía demostrar que no estaba obligado a ningún tipo de servidumbre o contribución especial” (p 128). Vamos a ver entonces cómo, si bien Barranquilla no ha sido ajena a la racialización que impregna la conformación de las sociedades latinoamericanas, la desigualdad en la misma no se constituyó principalmente centrada en el referente racial, como sí ocurrió en su vecina Cartagena de Indias, donde el Virreinato y la sociedad de castas colonial tuvo una presencia mucho mayor y que, hoy en día, es una de las ciudades más racistas y excluyentes del país para las personas negras (Observatorio Distrital Antidiscriminación Racial [ODAR] <https://djumbaiala.com/instituciones/observatorio-distrital-antidiscriminacion-racial-odar>).

Esa pluralidad que caracterizó a Barranquilla desde la colonia se consolidó a mediados del siglo XIX, cuando la ciudad comenzó a ser receptáculo tanto de migraciones regionales como internacionales. A diferencia de otras ciudades latinoamericanas, que recibieron grandes oleadas migratorias europeas como consecuencia de políticas de apertura de fronteras impulsadas por sus gobernantes con el objetivo de blanquear a la población guiados por pensamientos racistas y eugenésicos, los extranjeros comenzaron a llegar a Barranquilla en mayor cantidad a partir de mediados del siglo XIX, atraídos por su creciente ímpetu comercial, favorecido por su ubicación estratégica al norte de Suramérica, a orillas del mar Caribe y de la desembocadura del río Magdalena, el cual penetra hasta el interior del país.

Nos cuenta el historiador Jorge Villalón en su texto *Colonias extranjeras en Barranquilla* (2008) que para 1892, la ciudad ya contaba con 16 representaciones consulares y que en 1931 se encontraban en ella extranjeros de, por lo menos, 42 nacionalidades. A partir de mediados del siglo XIX tuvimos una considerable migración alemana, española e italiana, sin quedar atrás las migraciones chinas, sirio-libanesa y norteamericanas. Personas provenientes de distintas poblaciones de la región y de otras regiones del país, llegaban igualmente atraídas por el crecimiento de la ciudad.

Volviendo a sus 'inicios', la población fue erigida como villa el 7 de abril de 1813. En esos momentos lo que actualmente es el territorio de Colombia se encontraba en plena campaña independentista (1809-1921) de la corona española. Barranquilla -sitio de libres, con una población escasos 4000 habitantes - formaba parte entonces del Estado Libre e Independiente de Cartagena de Indias. Siendo

un bastión republicano y con una clara posición frente al gobierno colonial, el gobernador de Cartagena de Indias -Manuel Rodríguez Torices- le otorgó el título de villa y capital del Departamento de Tierradentro, en reconocimiento al valor y patriotismo de sus habitantes durante los primeros años de lucha independentista. Es esa la fecha que se toma, en la actualidad, para celebrar el cumpleaños de la ciudad.

Este carácter de 'libre' de Barranquilla se reflejó incluso posteriormente, durante la República, al conformarse como una ciudad laica: un espacio relativamente libre de las inferencias eclesiásticas. Así lo relata el escritor Ramón Illán Bacca (2005)

El catolicismo es y era la religión oficial capaz de reunir más gente que otras expresiones religiosas pero el protestantismo, la santería y la masonería también tenían una expresión mayor que en el resto del país. Sólo hasta finales de los años treinta [del siglo XX] Barranquilla llegó a ser diócesis.... (p 3)

Si bien, la iglesia católica se encontraba presente, no era el único credo profesado esto, por una parte, como consecuencia de la poca influencia de la corona española durante la colonia y, por otra, del inicio de las migraciones internacionales en momentos tan tempranos como la primera mitad del siglo XIX. Como muestra de dicho laicismo, apreciamos que en 1867 es conformada por masones la *Sociedad Hermanos de la Caridad*, una entidad sin ánimo de lucro que, hasta nuestros días, tiene como propósito establecer y trabajar por espacios para el crecimiento intelectual y espiritual de los habitantes de la ciudad

(Sociedad Hermanos de la Caridad, 2011). Las primeras obras que realizó la Sociedad fueron: la construcción del Cementerio Universal en 1870, primer cementerio laico de Colombia; seguido por el Hospital de la Caridad, actual Hospital de Barranquilla (primer hospital de la ciudad) y la Iglesia de Nuestra Señora del Rosario. En los últimos años, han abierto la Funeraria Universal, igualmente laica (al servicio de las personas independientemente de su credo) y a bajos costos.

Siguiendo este espíritu integrador, el gobernador de la Provincia de Barranquilla en 1870, Erasmo Rieux, expresó:

Barranquilla es una ciudad compuesta de ciudadanos de muchas naciones y pertenecientes a diversas religiones y es ella sin duda la llamada a dar ese ejemplo fraternal y civilizador a los demás pueblos de la república. ¿No vivimos en la mejor armonía y civilidad los ciudadanos de varias religiones y nacionalidades? ¿Y entonces, por qué querer conservar separaciones ni distinciones pueriles en el terreno santo de la igualdad que es la tumba? ¿Vivimos unidos y confundidos en todas las relaciones sociales, y se pretenderá que haya separación en la muerte, cuando ya el hombre no es sino polvo, como dice divina y sabiamente la Escritura? (Como se citó en Villalón, 2011, p 18)

Ya desde 1846 se había construido el primer cementerio judío, pero el cementerio Universal le dio a sus habitantes la posibilidad de enterrar a cantidad de inmigrantes no católicos, residente en Barranquilla en esa época. Por otra

parte, en la ciudad también se estableció, en 1889, el primer colegio protestante del país, el Colegio Americano dirigido por presbiterianos norteamericanos.

Otros aspectos, mencionados por Ramón I. Bacca, con los cuales se evidencia el carácter secular de la ciudad en el siglo XIX son: la abundancia de uniones libres y la frecuencia de matrimonios civiles, mayor a la media nacional, probablemente influenciado por las uniones de extranjeros no católicos que celebraban sus uniones en la ciudad; la poca asistencia a la iglesia por parte de los barranquilleros y el hecho de que para 1877 hubiera sólo dos iglesias, una en ruinas (San Nicolás) y la otra cerrada (San Roque). “Durante el siglo diecinueve en la jerarquía eclesiástica se pensaba en Barranquilla como tierra de misiones y son adoloridos los informes que enviaban a sus superiores los sacerdotes que la visitaban. Había según ellos mucha dejadez e indiferencia ante el culto religioso. (Bacca, 2005, p 4).

Ese carácter secular de Barranquilla se consolidó durante el siglo XX con los discursos de modernidad y progreso que marcaron las dinámicas de la urbe. Estos últimos siguen jugando un papel fundamental en el imaginario de su población y es utilizado incansablemente, hasta el día de hoy, como bandera de gran parte de los políticos locales; se ha vuelto un lugar común. Podemos apreciar el arraigo que tiene el mismo incluso en su himno, he aquí un fragmento: “Ilusión del Caribe blanco-azul / De Colombia tendida en el umbral / Da su voz y su músculo al progreso / Barranquilla, procera e inmortal!”. En él, igualmente se menciona su ímpetu industrial, su juventud, su apertura y alegría.

Desde finales del siglo XIX, el progreso y la modernidad estarían asociados directamente con Barranquilla vista como ciudad pionera, comercial y portuaria, por lo que ganó los mote de *Pórtico Dorado de la República* y *Puerta de Oro de Colombia*<sup>26</sup>, este último aun constantemente utilizado para referirse a la urbe. La privilegiada ubicación de Barranquilla a orillas del mar Caribe y del río Magdalena, la convirtió en un punto importante para el comercio de la región; ya desde finales del siglo XVIII, comenzó a presentarse como punto comercial importante a pesar de ser aún una población relativamente pequeña. Desde mediados del siglo XIX, hasta ya bien entrado el XX, la mayor parte del desarrollo comercial y portuario de la región y del país se llevó a cabo a través de la ciudad y encontró su principal impulso, en principio, en el comercio del tabaco traído principalmente del *Hinterland* y su exportación a los mercados europeos y, posteriormente cuando este mercado decayó, en la exportación de café (Posada Carbó, 1999). Durante ese periodo, la ciudad creció vertiginosamente, en gran medida como consecuencia de las migraciones ya mencionadas, como se evidencia en los trabajos de Posada Carbó (1987), Solano y Conde (1993), y Zambrano (1998).

Tomás Dawson, cónsul norteamericano en 1884, expresaría la situación de la ciudad de esta forma:

Desde el río se ve la ciudad con sus edificaciones sólidas y arqueadas que ocupan una gran extensión y sus chimeneas de fábricas y vapores, que botan humo y fuego en pulsaciones constantes. Todo esto, contra un telón de verde tropical, da una sensación de solidez, grandeza y actividad que rara vez se

---

<sup>26</sup> Cada uno otorgado por presidentes de la república. El primero por Marco Fidel Suarez en 1921 y el segundo por Mariano Ospina Pérez en 1946.

encuentra bajo los cielos tropicales y que coloca a Barranquilla a la vanguardia de las ciudades de Colombia”. (como se citó en Villalón, 2005, p 25)

Fue, principalmente por medio de los intercambios comerciales que se realizaban a través de los caños del río Magdalena cercanos a su desembocadura y del que se desarrolló a través del puerto de Sabanilla y posteriormente de Puerto Colombia (ambos actualmente ubicados en el área metropolitana de la ciudad), que se llevó a cabo la consolidación de Barranquilla como centro urbano a finales del siglo XIX. Desde los años 40 hasta los 70 del siglo XIX el principal puerto marítimo comercial de Barranquilla se encontró en la bahía de Sabanilla. Esta se conectaba con la ciudad, en principio, a través del caño de la Piña. Luego, como consecuencia del poco calado de esta bahía, el puerto de Sabanilla fue trasladado a bahía Cupino, un poco más alejada de la ciudad.



**Imagen 6. Norte del Departamento del Atlántico, Delta del Río Magdalena, Ruta Ferreo que unía a Barranquilla con Salgar y Puerto Colombia. Ciudad a orilla de los caños y poblaciones aledañas. Dibujado por Ernest Thévenin, 1922.**

Allí, con una pequeña población asentada con anterioridad en la zona, se fue conformando la actual población de Puerto Colombia, la cual recibió su nombre a partir de la inauguración del muelle que en dicha bahía construyó el ingeniero cubano Francisco Cisneros en 1893. En su momento fue uno de los muelles más largos del mundo y el más largo del continente. El ferrocarril que unía en principio a Barranquilla con Sabanilla (1870) -el primero en el país-, se extendió entonces hasta Puerto Colombia, facilitando el traslado de mercancías y personas llegadas del exterior desde el muelle hasta la ciudad y de allí al resto del país a través del río Magdalena.

A mediados del siglo XX, como consecuencia de la puesta en funcionamiento pleno del Canal de Panamá, que permitió al puerto de Buenaventura (Pacífico colombiano) fortalecerse y de cambios en la economía nacional y en las vías de transporte - privilegiándose las vías férreas sobre la fluvial-, comenzó la decadencia de Barranquilla como principal puerto comercial de Colombia. Con el descenso del auge comercial de la ciudad, el puerto marítimo fue trasladado de Puerto Colombia a la desembocadura del río Magdalena (Bocas de Cenizas), quedando así establecido el puerto marítimo y fluvial en la ciudad. No sin un costo económico bastante alto hasta el día de hoy, pues Barranquilla no es un puerto marítimo natural y la desembocadura del río Magdalena, por su fuerte sedimentación, debe ser dragada constantemente para darle el calado necesario.

En este marco, de mediados del siglo XIX a mediados del XX, Barranquilla fue pionera en distintas áreas tanto en el ámbito nacional como internacional. A principios del siglo XX, la ciudad fue sede de la primera aerolínea comercial del continente y la segunda del mundo SCADTA (Sociedad Colombo-Alemana de

Transportes Aéreos), fundada en 1919 por empresarios colombianos y alemanes; construyeron el primer aeropuerto en la zona de Veranillo, al lado de uno de los caños de la ciudad, donde llegarían los hidroaviones. De igual forma, por la Puerta de Oro de Colombia, ingresaron la radiodifusión y el cine al país. Por otra parte, la navegación a vapor por el río Magdalena a partir de la segunda mitad del siglo XIX posibilitó, no sólo el ingreso al resto del territorio nacional de los productos que entraban a través de Puerto Colombia, sino también el tránsito.

### Urbanización de Barranquilla: consolidación de las desigualdades en una ciudad 'libre' y 'abierta'

Si bien, el río Magdalena jugó un papel importante en el desarrollo de la ciudad, fueron fundamentalmente sus caños los que posibilitaron, en un principio, su dinámica comercial. De hecho, la zona comenzó a poblarse siguiendo el curso de cuatro caños cercanos a la desembocadura del río (Stevenson y Minski, 2009, p. 10). A algunos de estos caños, que en la actualidad quedan cerca al centro y mercado de la ciudad, aún llegan canoas con productos cultivados en la zona. Los barrios primigenios de la ciudad se dividían en el Centro comercial y el mercado, el Barrio Abajo (río abajo, al norte del centro y aún existente) y el Barrio Arriba (al sur del centro y que actualmente coincide aproximadamente con los barrios San Roque, Chiquinquirá y Rebolo).

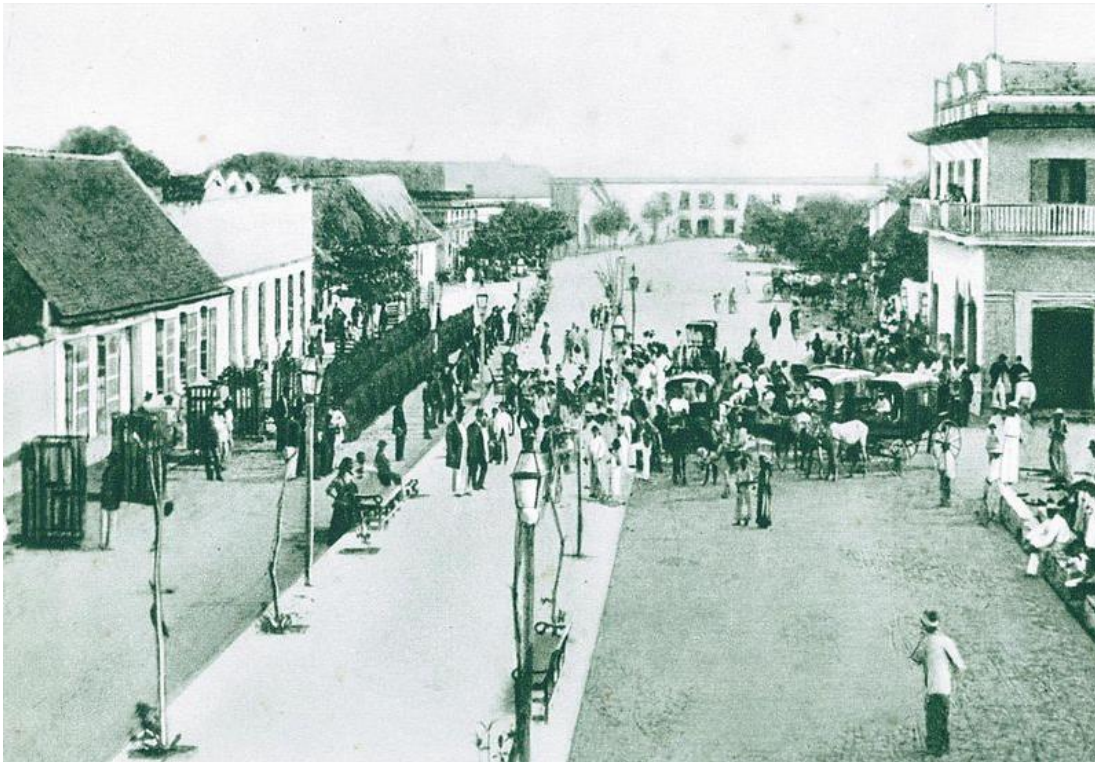


**Fotograma 7. Ubicación de los caños que desembocan en el río Magdalena** en la actualidad, en torno a los cuales fue configurándose la urbe. Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente Barranquilla. DAMAB (Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente Barranquilla), 2012 <https://www.YouTube.com/watch?v=DAQepumUnAE> (acceso abierto).

Las imágenes antiguas del Centro son muy representativas del proceso de urbanización y crecimiento que estaba viviendo la ciudad. Cerca de la antigua catedral (La Iglesia de San Nicolás) y bordeando la Calle Ancha (actual Paseo Bolívar) -una de las principales en el momento y aún un punto importante de referencia en Barranquilla- podemos ver casas de bahareque con techos de palma y un trazado irregular de la calle en fotografías de finales del siglo XIX, ya para la segunda década del siglo XX el panorama sería muy distinto con construcciones de varios pisos de estilo republicano y neobarroco.



**Imagen 8. Calle Ancha 1880**, hoy Paseo Bolívar. Archivo Histórico del Atlántico. <http://barranquillabicentenario.blogspot.com/p/mi-vieja-barranquilla.html> (acceso abierto)



**Imagen 9. Camellón Abello 1903**, hoy Paseo Bolívar. Archivo Histórico del Atlántico.



**Imagen 10. Camellón Abello mediados de los años 20**, hoy Paseo Bolívar. Archivo Histórico del Atlántico.



**Imagen 11. Paseo Colón años 30**, se convertiría en Paseo Bolívar (1937).

A partir de la segunda y tercera década del siglo XX inicia la rápida expansión del casco urbano, alejándose cada vez más del centro, así mismo de los caños y del río. En el marco del impulso modernizador, expansionista y progresista de la

ciudad, dirigido por el arquitecto estadounidense Karl Parrish, se llevó a cabo en los años 20 del siglo XX la construcción y urbanización del primer barrio planificado de Suramérica: El Prado. Basado en el concepto de la ciudad jardín, con amplias zonas abiertas y áreas verdes, la arquitectura republicana se abrió paso en la urbe expresada en las mansiones de la élite de la ciudad; familias (muchas de ellas comerciantes) que hasta el momento habían vivido en el centro de esta, cerca de los caños del río Magdalena, en los alrededores de la zona donde había iniciado el poblamiento de lo que ahora es Barranquilla. Hasta ese momento, algunas de ellas habían tenido sus negocios en la primera planta de los edificios del centro, mientras que habitaban en las plantas superiores.



**Imagen 12. Barrio El Prado años 20, siglo XX (s.a.).**  
<https://www.facebook.com/barrioelpradobarranquilla/photos/1218421731688159>  
 (acceso abierto)

Tanto el barrio El Prado como el barrio Abajo, colindantes, aún son referentes importantes en la ciudad. El primero por estar articulado a esa imagen de la Barranquilla moderna y en el camino del progreso de principios del siglo XX; y el segundo, por estar asociado a los orígenes de la ciudad. El primero, habitáculo de las élites de la ciudad durante parte del siglo XX; el segundo, de las clases populares. Ambos barrios han sufrido a gran escala durante la segunda mitad del

siglo XX, la demolición de sus viviendas primigenias, algunas de ellas incluso declaradas patrimonio. Ello con el fin de construir edificaciones más 'modernas' o de realizar otras obras.

Durante el auge comercial de Barranquilla, al Barrio Abajo llegaron inmigrantes procedentes, principalmente, de otras zonas de la región caribe colombiana y de otras zonas del país buscando trabajo y nuevos horizontes; algunos se asentaron permanentemente en él, otro sólo temporalmente. Posteriormente, se trasladaron a otros barrios, en ocasiones, invadiendo terrenos que más tarde serían legalizados por el municipio. En sus inmediaciones se encuentra el edificio de la antigua aduana de la ciudad y la intendencia fluvial donde llegaba el desaparecido ferrocarril que comunicaba a Barranquilla con el muelle de Puerto Colombia. Actualmente es considerado uno de los barrios populares más tradicionales de Barranquilla<sup>27</sup> y es epicentro de muchas de las dinámicas del Carnaval de la ciudad. Tanto así que Carnaval S.A., la entidad oficial encargada de organizar las fiestas tiene su sede en el mismo; pero, además es cuna y escenario tradicional de varias de las comparsas y actividades llevadas a cabo en las carnestolendas.

---

<sup>27</sup> Una lectura interesante sobre el mismo es el libro de Andrés Salcedo *Barrio Abajo, el barrio de donde somos todos* (2008), en el cual, a manera de crónica investigativa, expone la conformación del barrio y algunas de sus dinámicas sociales.



**Imagen 13. Barrio Abajo 1937** (Horst Martin). Color añadido digitalmente. <https://www.facebook.com/adriano.guerra.5201> (acceso abierto)

Simultáneamente al barrio Prado, aparecieron barrios de clase media como Boston, Recreo, Delicias y Bellavista, igualmente con una arquitectura republicana, aunque un poco menos suntuosa. La ciudad fue expandiéndose rápidamente, aunque ya no siempre de una forma muy planificada.

En los años 20's y 30's igualmente se hizo presente la arquitectura Art Decó en Barranquilla y posteriormente el movimiento Moderno (40's-60's), que no sólo se reflejó en la arquitectura, sino en toda una forma de concebir la ciudad por parte de algunos sectores. Ejemplo de esto lo podemos apreciar en la revista Mejoras, publicada por la Sociedad de Mejoras Públicas entre 1935 y 1960, la cual tuvo una tirada relativamente grande para la población de la ciudad en la época: 2000 ejemplares en una ciudad de aproximadamente 120.000 en los años 30. En ella

se presentaban artículos sobre el espacio urbano, la visión de ciudad, su apropiación, su historia, sus gentes y en la cual se incluían también, tanto publicidad de empresarios y comerciantes de la ciudad, como poemas y otros escritos de sus artistas. Era un medio de divulgación de la modernización en Barranquilla y en las ciudades europeas, trayendo así referentes externos para el desarrollo de la urbe.<sup>28</sup>

En los años cincuenta, inició un fuerte periodo de violencia en el país marcado por el asesinato del líder político y candidato liberal a la presidencia Jorge Eliecer Gaitán. Conocido como El Bogotazo -por el revuelo que generó el acontecimiento en Bogotá donde la turba enardecida además de linchar al presunto asesino de Jorge Eliecer Gaitán incendió y saqueó parte del centro capitalino-, el 9 de abril de 1948 se ha convertido en una fecha de referencia en la casi permanente violencia interna en la cual ha vivido sumida la nación colombiana desde su constitución como república. A partir de esta fecha y después de una larga violencia partidista (entre liberales y conservadores) heredada del siglo XIX, inició en Colombia lo que se ha denominado el periodo de La Violencia (1948-1958), un recrudecimiento de dicho conflicto que, sin haberse declarado guerra civil, cobró miles de muertos y desplazados internos, dando como resultado, entre otras cosas, la consolidación de algunas de las guerrillas liberales en el país.

Como consecuencia de ello, se presentó un gran éxodo de población del campo a las ciudades. Es así como, los cinturones de miseria de estas se ampliaron y,

---

<sup>28</sup> Para ampliar información sobre el movimiento moderno arquitectónico en Barranquilla sugiero los trabajos del arquitecto e investigador Carlos Bell Lemus, quién se ha centrado en la arquitectura de la ciudad durante el siglo XX.

en el caso de Barranquilla, aparecieron varias zonas de invasión que se integraron al casco urbano y posteriormente fueron legalizadas. Ejemplos de ello son los barrios San Felipe, El Valle, El Bosque, La Manga, entre otros. Algunos de estos barrios, sin embargo, permanecieron como zonas marginadas -incluso sin acceso a servicios públicos básicos- hasta ya entrados los años 90's. Es el caso de parte de los barrios ubicados al sur-occidente de la ciudad. Dicha situación generó estereotipos asociados con la pobreza y la violencia en esta zona, algunos cercanos, pero otros no tanto, a las realidades de esta.

Ya pasado el mayor auge económico y comercial de Barranquilla, los servicios y el entorno urbano comenzaron a decaer, como consecuencia, por un lado, de la ineficiencia de sus gobernantes para responder a las necesidades y problemáticas de la urbe y de sus habitantes y, por otro, a casusa de la indiferencia y desdén de dichos habitantes hacia los espacios públicos. La pésima prestación de los servicios públicos llegó a un punto álgido en los años 80, desembocando en la concesión de estos a empresas transnacionales en los 90, de las cuales aún dependemos. De los 80s a nuestros días, las condiciones de la ciudad han mejorado, pero aún dejan mucho que desear.

Como anotamos al inicio del apartado, las desigualdades en Barranquilla no se construyeron en torno a los referentes raciales y de casta colonial como ocurrió en gran parte de las ciudades latinoamericanas. Son principalmente las dinámicas económicas y comerciales que llevaron a la consolidación de la urbe durante el periodo de la República, las que marcaron cómo se constituirían la desigualdad en la ciudad. En Barranquilla han hecho tan poca mella los abolengos coloniales que las élites políticas, económicas y sociales son

principalmente empresarios y comerciantes descendientes de inmigrantes y no los descendientes de la casta criolla de políticos y terratenientes que aún gobiernan en gran parte del país.

Es de anotar que, en muchos casos, no son descendientes de migraciones que fueran especialmente bien recibidas en el país, ni particularmente prósperas al momento de su arribo a la ciudad. En Colombia, como en muchos otros países de Latinoamérica, a principios del siglo XX se estimuló la apertura de fronteras que pretendía blanquear y europeizar a la población<sup>29</sup>, en contraposición había cuotas de inmigración para aquellos países que consideraban que no aportarían a este fin, es el caso de los inmigrantes sirios, libaneses y palestinos (Vargas Arana, 2011), cuyos descendientes controlan actualmente gran parte de la economía y política de la ciudad.

A pesar de esto y del menor peso del referente racial en la constitución de Barranquilla como centro urbano, es importante tener en cuenta que dicho referente no ha estado para nada ausente. Reproducidas a través de la historiografía tradicional, la educación y, en general, del proyecto mismo de

---

<sup>29</sup> Como expongo en mi artículo *Las comunidades afro frente al racismo en Colombia* (2011): “A finales del siglo XIX y principios del siglo XX, este intento homogeneizador y de blanqueamiento fue liderado desde las elites políticas e intelectuales. Entre algunos de sus representantes encontramos a Miguel Jiménez López, Luis López de Mesa y Laureano Gómez. Este último, ideólogo del partido conservador, va a impulsar en las primeras décadas del siglo XX un proyecto clara y explícitamente eugenésico que se consolidaría con la ley de inmigración, la ley 114 de 1922. El planteamiento central de esta ley consistía que para propender al mejoramiento de las condiciones étnicas tanto físicas como morales, había que fomentar la inmigración de individuos que por sus condiciones raciales y personales no puedan o no deban ser motivo de preocupaciones... (Moreno, 1998, p..8). No hay estudios que demuestren los logros de esta ley, pero ella resulta coherente con las tendencias preponderantes en la época en gran parte de Latinoamérica. Se observa la preocupación por la degeneración de la raza en la siguiente intervención de Laureano Gómez (citado en Van Dijk, 2007): ... En las naciones de América donde preponderan los negros reina el desorden. Haití es el ejemplo clásico de la democracia turbulenta e irremediable. En los países donde el negro ha desaparecido, como en la Argentina, Chile y el Uruguay, se ha podido establecer una organización económica y política con sólidas bases de estabilidad.

nación, las categorías raciales siguen marcando la forma de ver a la sociedad barranquillera. El caso más evidente en Barranquilla es el de la población proveniente de San Basilio de Palenque. La palabra palenque hace referencia a lo que en otras partes de Latinoamérica se le ha denominado quilombos, poblaciones fundadas por personas negras esclavizadas, provenientes de África durante la colonia, quienes escaparon de sus esclavistas<sup>30</sup>.

Aproximadamente a una hora y media por carretera de Barranquilla, cerca de Cartagena, encontramos a San Basilio de Palenque o el Palenque de San Basilio, una población de poco más de 4000 habitantes, en su mayoría personas negras descendientes de aquellas arrancadas de África durante la colonia; actualmente la población de palenqueros y sus descendientes que habitan en Barranquilla, supera la propia población de ese pequeño pueblo. Comúnmente, cuando en Barranquilla hablamos de Palenque nos referimos específicamente a San Basilio de Palenque. Esta población ha sido declarada patrimonio intangible de la humanidad por la UNESCO, además de hablar su propia lengua – con base léxica del español e influencia de lenguas bantúes -, es considerado el primer pueblo libre de América, pues su independencia del imperio español fue reconocida en 1600 por parte de la Corona, al ser incapaz de subyugar de nuevo a las personas que habían escapado de los esclavistas.

En la segunda década del siglo XX, comenzó a llegar población palenquera a Barranquilla, al igual que muchas otras, buscando nuevos horizontes en la

---

<sup>30</sup> A diferencia de las rochelas o sitios de libres, -los cuales estaban conformados por personas de diversas categorías raciales coloniales, pero que se encontraban al margen del poder colonial-, los palenques eran poblaciones generalmente clandestinas conformadas por 'negros cimarrones', personas esclavizadas africanas o de ascendencia africana que habían huido de sus dueños.

ciudad. Muchos de los hombres comenzaron a trabajar en servicios varios en las empresas de la ciudad y en jardinería, y gran parte de sus mujeres como vendedoras ambulantes de dulces artesanos tradicionales y bollos (amasijos/envueltos de maíz, yuca o plátano) que ellas mismas elaboraban. Se asentaron principalmente en el Barrio Abajo, donde se concentraban varias familias en una sola vivienda. Posteriormente fueron trasladándose poco a poco a terrenos de invasión al suroccidente de la ciudad, que con el paso del tiempo fueron legalizados.

Era una población rural y bastante humilde, que por su color de piel y lengua fueron estereotipados y, muchas veces estigmatizados, llegando a perder virtualmente su idioma influidos por las burlas que recibían al hablarlo; siendo considerado, por parte de los barranquilleros, un español mal hablado. Una discriminación tácita, pero presente en la sociedad barranquillera donde, como en toda Latinoamérica, 'lo blanco' es considerado más bello y civilizado. Después de pasar un par de generaciones en Barranquilla sin aprender la lengua palenquera, en las últimas décadas impulsado por las reivindicaciones hechas desde las organizaciones de base adscritas al movimiento social afrocolombiano (Camargo González, 2006, 2010), ha vuelto a aprenderse y a hablarse, tanto oficial -a través de etnoeducación en las escuelas de la zona donde la población se encuentra mayormente asentada- como extraoficialmente en el entorno familiar.

## CAPITULO 3

### **EMPRENDIMIENTOS CULTURALES EN LA CIUDAD FRAGMENTADA: UNA APROXIMACIÓN A ACTORES, ESPACIOS Y POLÍTICAS CULTURALES EN BARRANQUILLA**

Como hemos visto en el capítulo anterior, empresarios y comerciantes han conformado, por generaciones, las élites económicas y políticas barranquilleras. En esta medida, gran parte del desarrollo de la ciudad ha tendido a estar enfocado a satisfacer los intereses de este pequeño grupo. Esto se hace evidente en el hecho de que las inversiones que se han realizado en Barranquilla han estado enfocadas principalmente al comercio (sin repercusiones directas sobre el grueso de la población) y/o sus beneficiarios han resultado ser la clase empresarial, mientras las necesidades básicas de gran parte de la población quedaban de lado: servicios públicos, educación pública de calidad, transporte, etc. Tengamos en perspectiva que el índice de Gini en Colombia fue de 51,3 (Banco Mundial, 2019), ubicándolo como uno de los países más desiguales del planeta. Situación de la que, por supuesto, no es ajena Barranquilla. Esta tendencia se ha visto fortalecida a través de las políticas económicas imperantes en la globalización neoliberal, donde la producción y la competitividad juegan un papel fundamental, dejando de lado las realidades y necesidades tanto físicas como simbólicas del grueso de la población urbana.

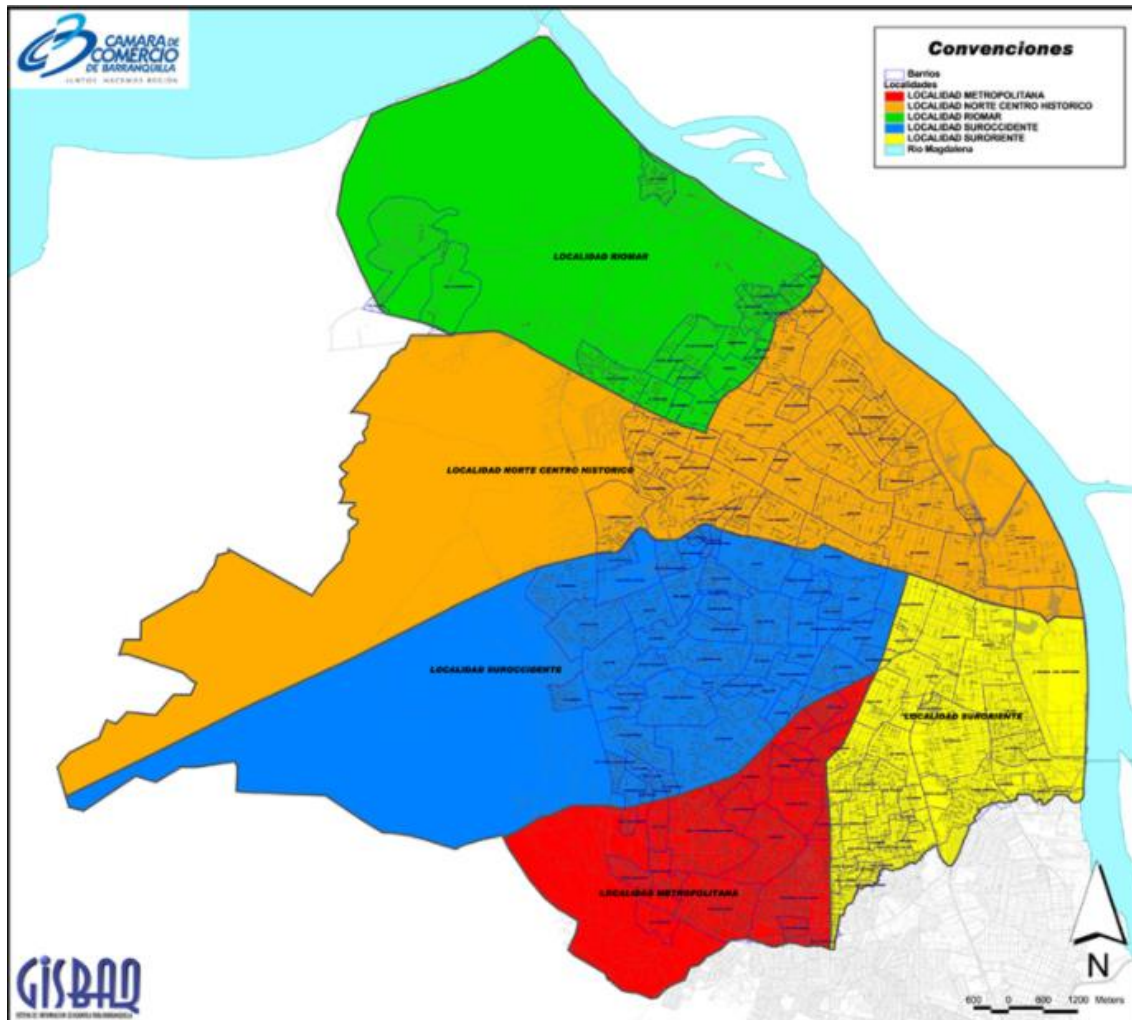
En el presente capítulo ahondaremos en cómo se ha desarrollado el sector creativo en Barranquilla entendida como ciudad fragmentada, donde la diferenciación social -como plantea Pires (2000)- y la desigualdad se presenta

como valor estructurante del espacio urbano a partir de los discursos de modernidad y progreso. Buscamos contextualizar los emprendimientos culturales -que abordaremos como caso de estudio- en relación con las dinámicas culturales de la ciudad y las políticas públicas nacionales e internacionales. Para ello, comenzaremos explicando el mecanismo de estratificación de Barranquilla (y Colombia), lo cual nos permitirá ubicar espacial y socialmente las dinámicas que analizamos. Seguidamente, realizaremos un recorrido por el desarrollo de las artes en la ciudad a lo largo del siglo XX, para luego concentrarnos en algunas iniciativas actuales en el diseño, la música y la gastronomía, las cuáles constituyen nuestros casos de referencia. Terminaremos el capítulo hablando de las políticas públicas y la legislación en torno a las industrias culturales en las que se encuentran enmarcadas dichas iniciativas.

### **La fragmentación urbana desde la estratificación social**

La desigualdad en Barranquilla se ve fortalecida a través del sistema de estratificación colombiano. En cuanto a su organización administrativa, actualmente el casco urbano de Barranquilla se encuentra dividido en cinco localidades, de sur a norte: Sur-Oriente, Metropolitana, Sur-Occidente, Norte-Centro Histórico y Riomar. Cada una subdividida a su vez en varios barrios (de 23 a 40 c/u). Las viviendas en dichos barrios se encuentran categorizadas por un nivel de estratificación socio-económica instaurado a nivel nacional; usualmente el estrato es compartido por todo el barrio y es común en la zona. Es decir, las

casas de un mismo barrio estarán adscritas al mismo estrato socio-económico, el cual es el más común en la zona.



**Imagen 14. Localidades de Barranquilla.** Verde: Riomar; naranja: Norte-Centro Histórico; azul: Suroccidente; amarillo: Surorienté; rojo: Metropolitana. Cámara de Comercio de Barranquilla en [http://redcomovamos.org/wp-content/uploads/2014/03/informe2008-2009\\_2010.pdf](http://redcomovamos.org/wp-content/uploads/2014/03/informe2008-2009_2010.pdf) (2011).

El sistema de estratificación en Colombia se estableció en los años 90's con el fin de organizar el cobro de los servicios públicos según la capacidad económica relativa familiar. Sin embargo, el estrato no se establece partiendo de los ingresos, sino de las características de la fachada de la vivienda, el entorno inmediato y el contexto urbanístico que se aprecian durante el censo poblacional.

Los estratos van del 1 al 6, siendo el 1 el de menor capacidad económica y el 6 el de mayor. Los servicios públicos de los estratos 1, 2 y 3 son subsidiados por los ciudadanos de estrato 5 y 6 que pagan una sobretasa sobre el cobro de los propios, mientras que en el estrato 4 se paga lo que se consume. De acuerdo con la Empresa de Desarrollo Urbano de Barranquilla (EDUBAR S.A.), la población se encuentra distribuida aproximadamente de la siguiente manera: 24.4% estrato 1; 29.1% estrato 2; 21.2 % estrato 3; 11,7 % estrato 4; 6,7% estrato 5; 6,8 % estrato 6 (2012, p. 25).

Si bien, este sistema fue establecido en relación con los servicios públicos, se ha terminado por categorizar a las personas a través de este, en muchos casos de forma discriminatoria. De ese modo, ya no es sólo la casa o el barrio el que es de estrato 2 por ejemplo, sino la persona misma, con una carga negativa implícita por poseer un poder adquisitivo menor, en pocas palabras, por ser considerado pobre. De igual forma, desde otra perspectiva el ser de estrato 6 puede ser visto de mala manera por considerar a la persona demasiado privilegiada. De este modo, el estrato social marca las relaciones dentro de los espacios de la ciudad y los imaginarios que se construyen en torno a los mismos, así como las redes que en ellos se tejen.

En términos generales, en Barranquilla los barrios que se encuentran al sur de la ciudad pertenecen a los estratos 1, 2 y 3 y, a medida que nos vamos desplazando hacia el norte estos van subiendo. Aunque, igualmente podemos encontrar algunos cuantos barrios de estrato 2 y 3 al norte, parece haber una especie de 'progresión' en este sentido en la zona urbana, así que el paso de uno al otro normalmente no resulta muy notorio. Esto, a diferencia de otras ciudades del país

como Medellín, por ejemplo, donde podemos encontrar en algunos casos barrios de estrato 5 al lado de barrios de estrato 2. De tal forma, la ciudad aparece sectorizada, no sólo económicamente hablando sino también en las representaciones que de ella se construyen. Por ejemplo, cuando se habla en términos generales de los barrios del norte de la ciudad se asume, comúnmente, que son barrios estrato 4, 5 y 6 aunque no todos correspondan a los mismos.

De esta forma, la estratificación en Barranquilla va más allá de ser un simple mecanismo para la gestión del cobro de los servicios públicos y se configura como un mecanismo de segregación de sus habitantes, convirtiéndose en un reflejo de las desigualdades sociales en la ciudad, a través del cual se evidencia la fragmentación tanto física como simbólica del espacio urbano. Sobre esa fragmentación se urden las relaciones y prácticas sociales que producirán y reproducirán el espacio- social (Lefevre 2013(1974)).

Con la ciudad distribuida de esta forma, apreciamos cómo actualmente la relación de los barranquilleros con el río y con los caños en torno a cuyas dinámicas se fundamentó la consolidación de la urbe ha sido supremamente lejana; la ciudad ha vivido, en las últimas décadas, de espaldas al río tanto física como simbólicamente. En la actualidad, este es bordeado principalmente por zonas industriales, por lo que el acceso a su ribera es bastante restringido, incluso la vista de este se encuentra bloqueada, de tal forma, casi ni se percibe su presencia. Sólo en algunas zonas le es posible a la población general encontrarse 'fácilmente' a la orilla del río y/o verlo, por ejemplo, a la altura del corregimiento de las Flores, un humilde asentamiento en la periferia al norte de la ciudad, cuya principal actividad económica es la pesca y donde están ubicados

algunos restaurantes especializados en pescados y mariscos, así como el acceso a uno de los tajamares de la desembocadura del río. Este espacio se ha vuelto sitio de referencia para el incipiente turismo local y externo.

En la última década se ha ido adelantando un proyecto de la alcaldía para la construcción de un malecón que bordee el río, con el fin de que los ciudadanos puedan tener acceso este. En ese marco, en estos momentos existe un pequeño malecón que se extiende a lo largo de menos de un kilómetro por la rivera del Magdalena, colindante con el centro de la ciudad; y otros 2.300 metros de malecón hacia el norte de esta, que cuentan con diversos espacios de esparcimiento.



**Imagen 15. Personas paseando en el malecón a orillas del río Magdalena.** (Bolívar, C., 2017) <https://www.elheraldo.co/barranquilla/guia-practica-para-visitar-y-disfrutar-del-gran-malecon-396649>



**Imagen 16. Canchas de juego en uno de los tramos más nuevos del malecón** (Mota, E., s.f.) <https://zonacero.com/sociales/el-gran-malecon-del-rio-la-obra-que-marco-un-antes-y-un-despues-en-barranquilla-140355>

Sin embargo, por su ubicación, en uno de los extremos de la ciudad, en la localidad Norte-Centro Histórico, el acceso – tanto al corregimiento de las Flores como al malecón- para la mayor parte de la población no es fácil, sobre todo para aquella de menos recursos pues la mayor parte de barrios populares se encuentran ubicados al otro extremo de la ciudad, al sur y sur-occidente. Dicha dificultad de acceso no se debe sólo a su ubicación geográfica, sino a la insuficiencia, mala calidad y costos elevados del transporte público en Barranquilla.

La ciudad cuenta con autobuses urbanos y el llamado Transmetro (el sistema de autobuses de tránsito rápido). Sin embargo, la conectividad y movilidad a través de la ciudad es bastante deficiente: el estado de sus vías (en ocasiones con desperfectos y huecos que no son reparados con celeridad), su amplitud (la cual

se queda pequeña para el tamaño actual de la urbe y el flujo vehicular), la organización y coordinación del transporte público por parte del distrito y el poco respeto de las normas de tránsito por parte de algunos ciudadanos, son aspectos que confluyen para generar problemas en la movilidad urbana que cada vez es más caótica y lenta. El sistema de transporte público barranquillero es bastante irregular, tanto en sus horarios como en sus rutas. Si bien los buses, deben cumplir con un horario de salida y llegada a ciertos puntos, al no haber paradas preestablecidas, se detienen a dejar y recoger pasajeros en cualquier parte. Además, su velocidad más que responder a los límites preestablecidos, se encuentra a discreción de los conductores, llegando estos a exceder constantemente los límites oficiales. Si bien, hace unos años fue inaugurado un sistema integrado de transporte masivo en la ciudad (Transmetro) con paradas y -teóricamente- con horarios, al no cubrir todo el casco urbano, los demás buses urbanos siguen siendo utilizados. La ciudad sigue creciendo y la comunicación en la misma empeorando; Barranquilla cada vez se fragmenta más.

La situación del transporte no afecta solamente el acceso al área cercana al río sino a toda la ciudad, incide en los contactos y, por lo tanto, en las relaciones que se entablan entre los habitantes y los distintos espacios; la movilidad en Barranquilla no facilita la integración en ni con la ciudad. Las localidades se encuentran desarticuladas entre ellas, esto refuerza la segregación y fragmentación de la urbe, marginando algunas zonas al no facilitar la movilidad de sus habitantes.

En el marco de estas dinámicas en un espacio urbano fragmentado y -tanto geográfica como simbólicamente- segregado, se desarrollan iniciativas

culturales, que se convierten en espacios privilegiados para quienes, pueden aproximarse a ellos. A continuación, realizaremos un recorrido por dichos espacios a lo largo del siglo XX en Barranquilla, teniendo en cuenta la importancia de la dimensión históricas para comprender la configuración del espacio social urbano desde la perspectiva Thirdspace (Soja 2006).

## **Espacios de las artes en Barranquilla: intelectuales y académicos jalonando el proceso**

### **Sobre la memoria y el olvido en Barranquilla**

En Barranquilla se producen y comercializan espacios sociales que, directa o indirectamente, responden principalmente a los intereses de las élites de la ciudad. Partiendo de esto, tanto el desarrollo de las artes como el acceso a la producción artística, han constituido espacios privilegiados en la urbe. En un país tan desigual como Colombia y una ciudad fragmentada como lo es Barranquilla, el acceso a los espacios y manifestaciones artísticas reconocidas resulta particularmente complicado para la mayoría de la población y se convierte en un privilegio de las clases medias y altas, las cuales, en el caso de Colombia son supremamente reducidas.

En este apartado, nos interesa explorar cómo se han conformado históricamente las artes y sus espacios en la ciudad de Barranquilla. Sin embargo, es difícil rastrear este proceso, pues la historiografía que se ha desarrollado en la ciudad ha estado centrada principalmente en su historia comercial y empresarial. Si bien, se han tenido en cuenta aspectos como las migraciones, han sido en gran parte

articuladas a lo anterior, es decir, a cómo los inmigrantes aportaron a la economía o a la génesis de la urbe.

La historia de Barranquilla es poco conocida por la mayoría de sus habitantes, pero igualmente son pocas las fuentes disponibles de revisión, como ya hemos mencionado. El conocimiento histórico necesario para comprender el contexto barranquillero se encuentra ausente, aunque algunas cosas han quedado, más que todo como lugares comunes o con un carácter casi mitológico: Barranquilla como pionera y el auge comercial e industrial de una ciudad que algunos identifican principalmente por su supuesto carácter fenicio; pero también: ciudad receptáculo de migraciones, alegre, acogedora y abierta.

Estamos acaso luchando con una especie de 'peste del olvido', como la denominó Gabriel García Márquez en su novela *Cien Años de Soledad* (una metáfora de la historia de Colombia). ¿Tal vez una memoria selectiva, construida sobre algunas glorias pasadas y en la cual se echan al olvido los conflictos intrínsecos de las sociedades complejas? o es simplemente desinterés crónico, inmediatismo y falta de educación en estas áreas. En Colombia se ha venido luchando en las últimas décadas frente a la desmemoria, frente al olvido que parece viral en una sociedad literalmente desangrada. Actualmente existe un esfuerzo liderado por el *Centro de Memoria Histórica* con sede en Bogotá, para recuperar las memorias en torno al conflicto armado en el país que aporte a la construcción de sociedad; olvido que ha sido en ocasiones incluso autoimpuesto por miedo o simplemente para poder seguir adelante en vista de lo crudo y cruel del pasado.

Podemos resaltar los trabajos puntuales de algunos historiadores: Posada Carbó, Zambrano y Meisel, principalmente sobre el aspecto empresarial y comercial de la ciudad; Jorge Villalón, Colpas, Conde, Alarcón, entre otros, así como algunos periodistas y cronistas de Barranquilla como Andrés Salcedo y Adlai Stevenson. De igual forma, podemos mencionar la labor de la editorial *La Iguana Ciega*, la cual se ha centrado en la divulgación de crónicas, ensayos, exploraciones y recuentos historiográficos sobre Barranquilla y la región Caribe colombiana. Igualmente, encontramos el trabajo que, desde el *Parque Cultural del Caribe*, se ha venido realizando en torno a la recuperación de las historias de los barrios con los habitantes de estos. Sin embargo, el desarrollo en esta área deja aún mucho que desear, porque no se ha consolidado un trabajo consistente, constante y coordinado en términos de estudios historiográficos sobre diversos aspectos de la ciudad; articulándolos, a su vez, a la debida divulgación de estos.

Sobre la historia y desarrollo de las artes en Barranquilla, la sistematización de información y el análisis de esta es casi inexistente. Si bien se han venido desarrollando iniciativas artísticas en la ciudad, no se ha realizado un registro concienzudo de las mismas y está pendiente la sistematización y el análisis del existente. En caso de desarrollarse investigaciones al respecto en el marco de trabajos de grado o pequeñas investigaciones, la divulgación de los resultados es muy restringida o nula. Por esta razón, fue necesario, en el marco del presente trabajo, remitirnos principalmente a fuentes orales con el fin de hacer una contextualización general del fenómeno a lo largo del siglo XX, dando un primer paso fundamental para el conocimiento de las prácticas artísticas en Barranquilla, desde una perspectiva antropológica.

Sin embargo, es importante resaltar los pocos -pero significativos- trabajos que se han venido haciendo en torno a la actividad artística de la ciudad. En primera instancia, el panorama que Ramón Illán Bacca nos presenta sobre la vida artística y cultural de Barranquilla en sus libros *Escribir en Barranquilla* (1998) y *Crónicas casi históricas* (1990). Bacca, aunque nacido en Santa Marta en 1938, es uno de los hijos adoptivos de Barranquilla, vive en ella desde hace 30 años aproximadamente, en sus palabras, porque “es lo más parecido que hay a una ciudad en la costa” (entrevista, 2015), aunque considera que aún tiene muchas carencias en términos de infraestructura y oferta culturales y de ocio, entre otras.

Sus novelas y cuentos están ambientados, en su mayoría, en el Caribe colombiano, y los escritos anteriormente citados se han centrados en el desarrollo de la literatura en la ciudad, sin embargo, reflejan de forma general la actividad artística de la misma y su percepción de ella. En un tono algo irreverente (para el contexto), basándose en registros, experiencias personales y anécdotas varias, Bacca presenta análisis sobre la vida cultural de Barranquilla hasta finales de los años 80 aproximadamente; con este mismo talante relata historias sobre la urbe y sus personajes. En los últimos años, dejó un poco de lado dichos análisis y consideraba que esa labor debería ser adelantada por los más jóvenes.

Una labor similar se encuentra realizando Mónica Lindo en torno a la danza. Ella dirige una de las escuelas de danza de la ciudad y ha centrado su trabajo en las danzas tradicionales de la región Caribe. En su libro *Los procesos de formación en danza* presenta un amplio panorama del desarrollo de la misma en Barranquilla y, en conjunto con sus estudiantes de danza de Bellas Artes, ha

iniciado investigaciones con el fin de sistematizar década por década el desarrollo de la danza en la ciudad; una ciudad donde el baile es parte fundamental de su cotidianidad y socialización, influida entre otras cosas por el Carnaval, pero en la cual también ha habido un interesante desarrollo a nivel artístico profesional. Lindo considera que dicha sistematización representa un trabajo lento, pero necesario (entrevista, 2016).

Por otra parte, en las artes plásticas existe una falta casi total de este tipo de sistematizaciones y análisis con perspectiva histórica. Sin embargo, encontramos un diamante en bruto en los archivos de Eduardo Vides, exdirector del Departamento de Artes Plásticas de Bellas Artes (por tres periodos en distintos momentos), quien cuenta con una colección de artículos de prensa, fotografías, tarjetas de invitación a eventos, entre otras cosas, que reflejan las actividades y la vida artística de Barranquilla durante el siglo XX; a esto se le suman sus testimonio y conocimientos sobre la misma, en la cual ha estado inmerso. Si bien, dicho archivo ha servido como fuente de consulta, hasta el momento no ha habido nadie que se dedique a su sistematización.

Parte del registro de la actividad artísticas de Barranquilla podemos encontrarlo en crónicas y columnas de prensa, pero como ya he expuesto, representan información sin sistematizar aún. Por otro lado, no es posible encontrar en las librerías de la ciudad muchos de los trabajos realizados y publicados hace ya un tiempo, teniendo que acudir a los autores, en caso de que aún tengan algún ejemplar disponible. Pero este es un problema que no sólo aqueja a la publicación de investigaciones especializadas sobre estas temáticas, en

ocasiones resulta casi imposible encontrar obras de literatura de escritores icónicos de la región, porque dejan de ser editados y resultan bastante desconocidos para la población de la ciudad, en un país en el que el nivel de lectura es considerablemente bajo.

Como plantea Arsenio Dacosta (2019) en “Clío, efectivamente, es la diosa de la Historia, pero su madre, Mnemósine, lo es de la Memoria (...) una deidad más oscura y menos complaciente, acaparadora de toda visión subjetiva del pasado” (p.18). En este caso, por todo lo anteriormente planteado, acudiremos a la memoria, a través de las entrevistas a profundidad realizadas, con el fin de llevar a cabo una aproximación al desarrollo de las artes en Barranquilla a lo largo del último siglo, que nos permita contextualizar y visualizar con mayor claridad los emprendimientos culturales que analizaremos posteriormente.

Una memoria a través de la cual se evidenciará la subjetividad de algunos de sus actores (Dacosta, 2019) y que, si bien, a pesar de resultar una fuente más ‘oscura’ que el registro historiográfico tradicional, no sólo es legítima para brindar luces sobre el fenómeno que queremos analizar -al ser parte de la historia viva de la ciudad-, sino que, en estos momentos es la única posibilidad con la que contamos. Por su parte, Su carácter subjetivo (que igualmente afecta a la historia, como a todas las ciencias), más que entorpecer la investigación nos posibilita una visión desde algunos de los actores sociales participantes en los procesos artísticos de la ciudad. De tal forma, Beatriz Moncó lleva a cabo una pertinente reflexión sobre la importancia de la oralidad como fuente y punto de encuentro entre la Antropología y la Historia, así como su papel en la construcción de la memoria, en su texto *Fuente históricas e interpretación antropológica* (2019). De modo que, nos

adentramos en las artes del último siglo barranquillero a través de las realidades de algunos de los colaboradores del presente trabajo, teniendo en cuenta, por supuesto que tanto la memoria como el olvido se construyen de forma selectiva (Ricoeur, 2004). Esto nos dará pistas sobre los referentes relevantes para los artistas y gestores culturales de la ciudad a la hora de imaginar a Barranquilla, en el marco de las artes a lo largo del siglo XX y las últimas dos décadas.

Acercándonos a la memoria colectivas de las dinámicas artísticas de Barranquilla, nos aproximamos igualmente a los procesos de construcción de identidad en este contexto, porque como expone Eloy Gómez (2019)

“... la memoria constituye la sustancia de la identidad de la persona. Se trata de una identidad que es también una necesidad imprescindible para la persona individualmente como lo es, asimismo, para la identidad social de la persona. La memoria colectiva del grupo social constituye el soporte de la identidad del mismo” (p. 205).

Esto resalta la importancia del siguiente apartado, en el cual apreciaremos, entre otras cosas, que las conexiones nacionales e internacionales han influido en los procesos identitarios que se configuran desde las artes y sectores culturales barranquilleros como ciudad libre y abierta (la relevancia de dichas conexiones las abordaremos más adelante, desde los emprendimientos culturales que analizamos en el marco del mercado cultural globalizado), pues han sido relevantes para los actores a la hora de imaginar la ciudad desde las artes y construirse como agentes creativos de la misma; todo ello, a pesar de ser un sector poco tenido en cuenta, no sólo desde la historiografía sino también desde

las políticas públicas tanto locales como nacionales, como veremos al final del presente capítulo.

### Arte a lo largo del siglo XX en Barranquilla: un siglo, tres momentos y un poco más<sup>31</sup>

A lo largo del siglo XX surgieron múltiples iniciativas artísticas en la ciudad, pero a pesar de que algunas de ellas tuvieron un impacto considerable en su momento, ninguna fue sostenible en el tiempo. Aquellas que, de alguna forma marcaron hitos en Barranquilla, fueron procesos liderados por grupos de artistas y/o intelectuales que normalmente no trascendieron más allá de un círculo relativamente pequeño en la ciudad, ya que las artes comúnmente no han sido prioridad y no han estado al alcance del grueso de la población, concentrándose normalmente en los estratos de clase media. Podríamos hablar en algunos casos de incipientes movimientos artísticos que no han llegado a consolidarse realmente. Sin embargo, como apreciaremos a lo largo del presente apartado, varios de estos procesos desarrollados a lo largo del siglo XX han estado articulados a redes nacionales e internacionales más amplias y han tenido trascendencia por fuera del campo local y regional.

Podemos identificar tres momentos principales en el desarrollo de la vida artística de Barranquilla, los cuales se reflejan en publicaciones de la época. El primero podemos ubicarlo a principios del siglo XX. Para este momento Barranquilla, como ya hemos visto, se constituía como una de las ciudades más pujantes del

---

<sup>31</sup> El presente apartado lo desarrollo, principalmente, a partir de los testimonios orales de Ramón Illán Bacca (noviembre, 2015), quien ha fallecido en enero del presente año, Miguel Iriarte (17 de noviembre, 2015) y Eduardo Vides (6 de enero 2016); escritor, poeta y gestor cultural, y artista plástico, respectivamente.

país y el principal puerto de entrada al mismo; el cine, la música, las compañías de teatro internacionales, arribaban a la ciudad y se presentaban en ella antes de pasar al interior del país y del continente. Artistas y élites de la ciudad interactúan y se ven influidos por referentes culturales venidos de otras latitudes. Como ejemplo, nos comenta Bacca que “a veces, grupos de entusiastas -generalmente miembros de la alta sociedad- montaban obras de teatro, en su mayoría sainetes de los hermanos Quintero, para obras de caridad” (2003, prólogo reedición Revista Voces), dando cuenta que la obra de estos dramaturgos y poetas españoles ya resultaban bastante conocida en algunos círculos de la ciudad.

De esta forma, podemos considerar que ya para la época, Barranquilla se estaba consolidando como centro cultural y artístico en la región Caribe colombiana y que sus contactos con el exterior del país eran bastante dinámicos, incluso más que con la capital. No debemos perder de perspectiva que, para el momento era mucho más fácil el contacto con el Gran Caribe y parte del resto del mundo que con el interior andino, teniendo en cuenta que para llegar en barco de Barranquilla a la Habana se tardaban tres días y siete hasta Nueva York, mientras que, para llegar a Bogotá, había que recorrer siete días por el Magdalena río arriba y luego tres o cuatro días más a lomo de mula remontando los Andes.

En este contexto, en la segunda década del siglo XX surge la revista Voces. Con 60 números de 1917 a 1920, fue fundada por literatos e intelectuales de la ciudad o asentados en la misma. La idea surge de un grupo autodenominado *El Cenáculo*, quienes se reunían desde 1914 en la casa del escritor antioqueño, residente en Barranquilla, Enrique Restrepo. Entre los fundadores de la revista

encontramos a José Félix Fuenmayor (periodista y escritor) y el poeta catalán Ramón Vinyes, quienes posteriormente tendrían influencia sobre los integrantes del *Grupo de Barranquilla*, del cual hablaremos más adelante. Ramón Vinyes llegó de España a Colombia en 1913, en principio a Ciénaga<sup>32</sup> y, posteriormente, a Barranquilla en 1914, en palabras de Ramón I. Bacca “huyendo de las rencillas del mundillo literario de Barcelona” (entrevista, 2015) y se convertiría en el puente con el ámbito internacional, principalmente a través de sus contactos con editores en Barcelona.

Para Bacca, el surgimiento de la revista *Voces* en Barranquilla fue posible por el carácter laico -virtualmente libre de las injerencias eclesiásticas- y cosmopolita de la ciudad “... Barranquilla fue en el año 35, era tierra de infieles (ríen)... fue una revista con una libertad insólita y con un [alto] nivel...” (entrevista, 2015). Al no ser aún sede episcopal, la censura de la iglesia sobre las publicaciones era débil, como lo menciona en el prólogo de la reedición de la revista *Voces* (2003): “El resultado fue una revista internacional con un contenido que le ofrecía a los lectores de habla hispana materiales que jamás habían leído en su propia lengua”.

En la revista se presentaban traducciones hechas de primera mano por Vinyes, artículos de crítica literaria, pero no se restringía a la literatura. Como nos muestran René Campis y Eduardo Bermúdez (2008) en el artículo *La Filosofía en Barranquilla: la Revista VOCES y el caso de Enrique Restrepo*, *Voces* no era solamente una revista literaria, en ella igualmente eran publicadas reflexiones

---

<sup>32</sup> Ciénaga es un municipio ubicado entre Barranquilla y Santa Marta.

filosóficas y en torno a las ciencias, lo que reflejaba el pensamiento que se estaba gestando en esos momentos en la ciudad. Además, contaba con un grupo de colaboradores nacionales e internacionales que apoyaban la labor:

“... estaba García Morente<sup>33</sup> también colaborando y estaban autores peruanos también colaborando, Gabriela Mistral estaba colaborando en una revista aquí. En Bogotá no tenían una revista como esas, en Medellín habían tenido (...) que el arzobispo le había mandado un ‘marmolazo’ y los había hasta excomulgado, entonces ellos colaboraban con gozo también y era un fenómeno como tal. Y aquí había un señor como Enrique Restrepo, abuelo de Laura Restrepo<sup>34</sup>, que era el que escribía aquí.  
(Bacca, entrevista, 2015)

Además de colaboradores con un considerable reconocimiento en las letras a nivel mundial, encontramos algunos nacionales como Enrique Restrepo, escritor procedente de Antioquia (departamento donde se encuentra Medellín), quien junto con otros autores, además de colaborar en la revista con reflexiones filosóficas, realizaba crítica literaria a figuras destacadas de las letras colombiana; una crítica que, en otros contextos nacionales no podría llevarse a cabo como consecuencia del conservadurismo de estos.

La revista decayó y dejó de publicarse básicamente por falta de apoyo económico. Ella fue reeditada en 2004 por la *Universidad del Norte* (Barranquilla)

---

<sup>33</sup> Sacerdote, teólogo, filósofo, y traductor español (1886-1942).

<sup>34</sup> Laura Restrepo (Bogotá, 1950) es una periodista, novelista y ensayista colombiana, ganadora de reconocimientos nacionales e internacionales.

en tres tomos que contenían sus 60 números. Sin embargo, en estos momentos, es imposible encontrarlos ya en las librerías de la ciudad.

En esos tempranos momentos del siglo XX, ya podemos apreciar los primeros emprendimientos culturales en la ciudad, como nos presenta Mariano Torres (entrevista, 2015), gestor cultural barranquillero:

... Barranquilla tuvo la primera emisora comercial de este país y la emisora en ese tiempo ya estaba considerada como entretenimiento, la radio ... y paralelamente a eso generaron las primeras prácticas de organización de las orquestas (...) a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Los primeros avisos que tú ves comerciales - de 'se enseñan clases...'-, eso era de los músicos, después fueron las de las danzas, el baile. Los primeros avisos comerciales del arte que yo conozca y, juntamente con eso, lo de los libros o sea la edición, la impresión de libros y los discos, lo discográfico. (...) Música, primero música después danza. Paralelamente con música fue la industria editorial y la de los discos. Con la de los discos se pegó la reproducción de la música, o sea las autofónicas [vitrola o gramófono], las radiolas y la emisora, ya. O sea, lo que te quiero decir con eso es que en Barranquilla ya existían unos antecedentes dispersos, individuales, de empresas del arte, como empresa, vivir de eso o sea... (...) En Cartagena se creó la primera casa editora del país en 1936 y después se creó aquí en Barranquilla otra. (le pide un cuchillo al camarero). Entonces lo que te quiero decir es que ya habían prácticas... desordenadas, individuales tal, pero las habían.

En sintonía con el proceso de modernización que estaba viviendo Barranquilla articulado a su auge comercial, en 1929 se funda la primera emisora en la ciudad,

llamada *La Voz de Barranquilla*, puesta en funcionamiento por el ingeniero y radioaficionado Elias Pellet Buitrago. Las primeras emisiones, sin embargo, no serían escuchadas en Colombia por la falta de radioreceptores. Al inicio, la emisora alternaba música en vivo de cantantes y agrupaciones residentes en la ciudad, y grabaciones de discos fonográficos con publicidad, unas pocas horas al día.

Poco a poco la escena radial fue creciendo en Barranquilla y comenzaron a aparecer las primeras máquinas receptoras y reproductoras de sonido en los salones de las familias más pudientes de la urbe. Pasado este periodo inicial y, al generalizarse el acceso a la radio en los hogares urbanos, esta se consolidó como medio principal para el consumo de la cultura en Barranquilla y el país, impulsando productos en los mercados culturales, a través no sólo de la publicidad directa y las radionovelas (muy populares hasta ya entrados los años 70), sino también de la transmisión musical en vivo.

Justo en el siguiente periodo que abordaremos, las emisoras serán fundamentales para la difusión de la música producida por las Big Bands. Ritmos surgidos en las áreas rurales costeñas - asociados con lo campesino, indígena y afrodescendientes, como el porro y la cumbia- que, hasta el momento habían sido discriminados por parte de las élites<sup>35</sup>, son retomados por las grandes orquestas que tuvieron su auge, no sólo en Barranquilla, sino en gran parte de Latinoamérica a mediados del siglo XX. El porro y la cumbia, al ser adoptados y

---

<sup>35</sup> Para ahondar sobre cómo músicas colombianas (principalmente de la costa caribe) marginalizadas durante mucho tiempo llegaron a posicionarse como referentes identitarios nacionales relevante sugiero el libro *Música, raza y nación. Música tropical en Colombia*, de Peter Wade (2002).

adaptados por las Big Bands, y transmitidos a través de las radiodifusoras, llegaron a tener gran acogida no sólo por parte de las élites barranquilleras, sino de todo el territorio nacional y trascendiendo, en ocasiones, a los circuitos culturales internacionales.

Además de adaptarlos a su formato particular, las grandes orquestas fusionaron la música popular con ritmos como el jazz y el swing. Dos de los ejemplos más representativos - por el impacto que tuvieron a nivel comercial y la huella que han dejado en la música de la región Caribe colombiana hasta nuestros días- son los compositores y directores de orquesta costeños Lucho Bermúdez (1912-1994) y Pacho Galán (1906-1988). En las décadas de los 40 y 50 las composiciones de Lucho Bermúdez de ritmos tradicionales como el porro, el mapalé y la cumbia para formato de *Big Band*, llegaron hasta los salones de los clubes sociales barranquilleros; ritmos que hasta el momento habían sido asociados sólo a las clases populares y excluidos de espacios considerados de élite. Por su parte, Pacho Galán fue el creador del merecumbé, ritmo fusión entre la cumbia y el merengue colombiano, de igual forma, ha sido interpretado normalmente por orquestas. Su difusión a través de la radio y el cine trascendió las fronteras nacionales.

Por otra parte, apreciamos que, a través del surgimiento de las casas editoriales y de los sellos discográfico en la ciudad y, por supuesto, con el impulso brindado por la publicidad emitida a través de la radio, comenzaba a tomar fuerza la comercialización de la producción cultural, tanto local como internacional. Aunque, como nos comenta Torres, ya desde finales del siglo XIX se empezaban

a comercializar las artes en la ciudad posibilitando esto, en parte, la financiación de estas.

El segundo momento de las artes en Barranquilla, entre los años 40's y 50's, lo podemos identificar con el *Grupo de Barranquilla*. Un grupo de jóvenes artistas y periodistas de la región conformaron una tertulia en la ciudad de Barranquilla, algunos de ellos serían considerados posteriormente parte del *Boom latinoamericano* en los años 60's y 70's, cuando las obras literarias de jóvenes escritores latinoamericanos fueron ampliamente distribuida en todo el mundo. En el grupo de Barranquilla encontramos a Gabriel García Márquez (periodista y escritor), Orlando "Figurita" Herrera (pintor), Alejandro Obregón (pintor), Alfonso Fuenmayor (hijo de José Félix Fuenmayor, periodista y escritor), Álvaro Cepeda Samudio (escritor y periodista), Julio Mario Santodomingo (industrial), Germán Vargas (periodista), entre otros, encabezados por los ya más experimentados José Félix Fuenmayor y Ramón Vinyes.

Las tertulias se realizaban principalmente en la librería Mundo y el café Colombia en el centro de la ciudad y, más adelante, en el bar *La Cueva*, ubicado hasta el día de hoy en el barrio Boston. El Grupo atrajo igualmente a otros artistas e intelectuales del ámbito nacional como Fernando Botero (pintor y escultor), Rafael Escalona (cantautor vallenato), Enrique Grau (pintor y escultor), Meira del Mar (poetisa barranquillera), Marta Traba (crítica de arte y escritora), Consuelo Araujo 'La Cacica' (escritora, gestora cultural y política), Cecilia Porras (pintora), entre otros.

En la actualidad, el *Grupo de Barranquilla* es uno de los referentes artístico más conocidos en la ciudad y la Fundación La Cueva, dirigida por Alberto Fiorillo, ha

pretendido mantener su legado vivo. La Cueva - anteriormente uno de los sitios de reunión del Grupo- fue remodelada y reabierta por la Fundación en 2003. Actualmente es un bar-restaurant y centro cultural que tiene como temática central al *Grupo de Barranquilla* y, en el cual, se puede realizar un recorrido rememorando anécdotas de este. En el sitio se llevan a cabo charlas, conciertos y exposiciones de artistas nacionales e internacionales. La fundación igualmente ha publicado varios libros sobre el *Grupo de Barranquilla* y sus obras.



**Imagen 17. Parte de los integrantes del Grupo de Barranquilla.** De izquierda a derecha, de pie: Alfredo Delgado, Carlos de la Espriella, German Vargas, Fernando Cepeda y Roca, Orlando Rivera; sentados: Roberto Prieto Sánchez, Eduardo Fuenmayor, Gabriel García Márquez, Alfonso Fuenmayor, Ramón Vinyes y Rafael Marriaga (Rondón, J., 1950. En: *La Cueva Crónica del grupo de Barranquilla* (2006). Barranquilla: Promigas S.A; Henkel Colombiana S.A.; Fundación Mario Santodomingo. p. 12.).

Un tercer momento, podemos ubicarlo en los años 70's y 80's con *El Sindicato* y *El Grupo Caribe*. El Sindicato fue un colectivo de artistas conformado a finales de

la década de los 70's por Aníbal Tobón<sup>36</sup>, Efraín Arrieta, Alberto del Castillo, Ramiro Gómez y Carlos Restrepo con propuestas de arte conceptual, participativo y efímero (básicamente a través espacios ambientales, actualmente denominadas instalaciones o performances). Su obra *Alacena con Zapatos*<sup>37</sup> fue la ganadora del *XXVII Salón Nacional de Artistas* realizado en Bogotá, lo que significó que el reconocimiento del colectivo se diera primero a nivel nacional que local, pues la obra ya había sido presentada en Barranquilla y había generado poco impacto y muchas críticas.



**Imagen 18. Colectivo *El Sindicato* con su obra *Alacena con zapatos* (s.a.). El Sindicato: los 40 años de alacena con zapatos (2017) <http://liberatorio.org/?p=8026>**

Según relató Aníbal Tobón (entrevista, 2015), la iniciativa surge de un grupo de amigos que se reunieron a hacer un arte que no dependiera del dinero, por lo cual, lo único a lo que tenían acceso era a lo que sobraba, la basura. Era la

<sup>36</sup> Aníbal Tobón murió en 2016, pocos meses después de la entrevista con la cual colaboró para la realización de este trabajo.

<sup>37</sup> Oscar Roldán-Alzate hace un análisis sobre lo novedoso y heterodoxo de la obra en el artículo *Alacena con zapatos, el Sindicato* (Revista Arcadia 100, enero 2014).

primera vez que se presentaban obras de arte plástico colectivas en la ciudad. Su trabajo consistía en arte efímero, no comercial, muchas veces con un trasfondo de crítica social; habiendo habido propuestas similares de este tipo ya en Europa, como el teatro pobre desarrollado por el director polaco Grotowski o el arte pobre (arte povera) que surge en Italia, ambos durante los años 60's y trabajando con materiales humildes y desechos. El grupo se desintegró virtualmente a principios de los 80, sin embargo, sus integrantes siguieron realizando propuestas de forma independiente.

Por otra parte, el denominado *Grupo Caribe* se conformó en torno a la publicación del suplemento cultural del Diario del Caribe (uno de los diarios regionales de la época), el cual se convirtió, en su momento, en el suplemento cultural más importante del país. Sus integrantes fueron Ramón I. Bacca, Margarita Abello, Antonio Caballero, Carlos J. María, Álvaro Medina, entre otros, pero además formaban parte y eran apoyados por artistas y escritores locales y nacionales. Como consecuencias de disidencias, posiblemente ideológicas, con las directivas del diario, el suplemento dejó de publicarse a finales de los años 70.

Si bien el panorama había estado dominado por la presencia masculina hasta el segundo momento, pues incluso en el Grupo de Barranquilla la presencia femenina fue considerablemente inferior, en este periodo se hacen ya más visibles las mujeres en las dinámicas artísticas de la urbe. Ellas siempre habían estado presentes, aunque como se hizo evidente en los dos momentos anteriores, un poco al margen de las dinámicas centrales de la intelectualidad

barranquillera o, por lo menos, con una considerable menor presencia en las memorias de esta.

Figuras como Amira de la Rosa en la poesía y el teatro, Neva Lallemand en la pintura, Sonia Osorio en la danza, Marvel Moreno en la literatura, son referentes en la ciudad. Esta última fue considerada una de las mujeres más influyentes del siglo XX por la revista Cromos (revista colombiana de actualidad, desde 1916) y como una de las mejores cuentistas del país. Marvel comienza a publicar su obra a finales de los 60's, esta se centra en la rancia élite barranquillera de mediados del siglo XX y en la condición de la mujer en la misma; élite de la cual se alejó yéndose del país, en sus palabras 'para no volver jamás'. La mayor parte de su obra la produjo viviendo en París.

Paralelamente, pero de alguna forma articulada a estos procesos, encontramos la labor realizada desde la Facultad de Bellas Artes de la Universidad del Atlántico (única universidad pública en Barranquilla). La Escuela de Bellas Artes fue fundada en los años 40 por José Enrique Blanco (primer rector de la universidad) y Pietro Biava, inmigrante italiano que arribó a Barranquilla en 1926 y quien fuera director de la Orquesta Filarmónica, la Compañía de Ópera y el Cuarteto de Cuerdas de la ciudad. Los procesos en torno a esta institución no se encuentran sistematizados, pero su aporte a la formación en las artes en la ciudad ha sido significativo. Bellas Artes cuenta actualmente con programas en música, licenciatura en música, arte dramático, artes plásticas y, el más reciente, en danza. Aunque algunos de los artistas anteriormente mencionado fueron

empíricos o formados fuera de la ciudad, otros tantos son hijos de esta alma máter.

Por otro lado, la iniciativa artística más sostenida hasta la actualidad en la ciudad - y probablemente la única que ha llegado a institucionalizarse- es *El Concierto del Mes*. Este fue establecido en 1957 por Alberto Assa (1909-1996)<sup>38</sup>, un educador y lingüista de Estambul (Constantinopla al momento de su nacimiento en 1909) de origen sefardí, quien llegó a Barranquilla en 1952 huyendo de las guerras europeas. Fue fundador igualmente de varias instituciones educativas en la ciudad, entre ellas el Instituto Pestalozzi, Instituto de Lenguas Modernas, la Facultad de Educación de la Universidad del Atlántico y el Instituto Experimental del Atlántico José Celestino Mutis. Una de sus frases más conocidas es “No habrá desarrollo sin educación, ni progreso sin cultura”.

Como su nombre lo dice, el concierto se lleva a cabo mensualmente, el primer miércoles de cada mes; se centra en la divulgación de música clásica y su entrada es libre y gratuita. En las últimas décadas, normalmente se ha llevado a cabo en el Teatro Municipal Amira de la Rosa con músicos de primer nivel nacionales e internacionales. Desde hace pocos años, sin embargo, se ha venido realizando en el Teatro Consuegra Higgins de la Universidad Simón Bolívar, pues el teatro municipal (que no cuenta aún con 40 años) ha sido indefinidamente cerrado por parte de la administración con pretexto de la necesidad de reparaciones, pero aún no está claro si desean restaurarlo, remodelarlo o demolerlo.

---

<sup>38</sup> Para más información sobre la vida y obra del profesor Assa y sobre el Concierto del Mes, recomiendo mirar el artículo “Assa Revisitado: Memoria personal de un gran maestro” (Iriarte, 2016)

Ahora bien, la gran mayoría de estas iniciativas y procesos artísticos en la ciudad -articulados, en ocasiones, a dinámicas nacionales e internacionales más amplias- no lograron consolidarse del todo y trascendieron temporalmente sólo en la memoria de algunos: el círculo más directamente interesado en estas dinámicas. No podemos hablar entonces de movimientos artísticos como tal en Barranquilla; fueron conatos de ello, pero no lograron madurar ni prosperar. Si bien, no resultan fútiles sus aportes a la vida artística de la urbe, hay que tener en cuenta que, en su momento, su alcance también fue limitado, primero porque son iniciativas cuya divulgación normalmente llega a un pequeño círculo de la ciudad (hay que tener en cuenta que a principios y hasta mediados del siglo XX y aún después la tasa de analfabetismo en el país era bastante alta) y además por los intereses particulares dominantes en la misma.

En las últimas décadas, la actividad artística en Barranquilla ha continuado y, como nos dice Miguel Iriarte, director de la Biblioteca Piloto del Caribe y uno de los gestores culturales más activos de la ciudad, actualmente la oferta cultural de la urbe “no es nada desdeñable, pero le falta ...” (entrevista, 2015). Dos de las instituciones que han marcado pauta en Barranquilla por su fuerte y sostenida gestión cultural en la última década han sido la Biblioteca Piloto del Caribe y el Parque Cultural del Caribe, cuyo principal proyecto es el Museo del Caribe, ambas instituciones de carácter mixto. La primera, cuenta con una agenda cultural bastante amplia, no sólo se centra en la promoción de la lectura a través de actividades como talleres y lecturas en voz alta (principalmente para el público infantil), también desarrolla una agenda de conciertos, exposiciones de artistas de la región e incluso cuenta con talleres de manualidades para los más

pequeños. Del mismo modo, publican una revista (Viacuarenta) y el Festival Internacional de Poesía de la ciudad es organizado desde la institución; se consideran más un 'centro cultural' que una biblioteca. Iriarte comenta que uno de sus principales objetivos es conectar a la biblioteca con la ciudad, con esa perspectiva de, en sus palabras: "Biblioteca para hacer ciudad", desarrollan sus actividades, muchas de ellas articuladas a las poblaciones vulnerables de los barrios populares que rodean el sector donde se encuentra el edificio de la vieja Aduana, sede de la biblioteca.

Por su parte, si bien el parque cultural organiza y acoge conferencias y eventos musicales, su eje es el Museo Cultural del Caribe. Fundado en 2009, es un museo de cuarta generación centrado en mostrar la historia y diversidad cultural de la región Caribe colombiana, la cual exponen a través de la gastronomía, la música, la cultura material y la tradición oral.

Por otra parte, ha habido una ampliación en la oferta para la formación en artes, ya no sólo con la presencia de Bellas Artes, sino de Facultades de música en la Universidad del Norte y de La Universidad Reformada, así como la EDA (Escuela Distrital De Arte Y Tradiciones Populares) y las Casas Distritales de Cultura, estas últimas, ofrecen cursos gratuitos en los barrios de la ciudad. Además de escuelas privadas, independientes en música y artes escénicas principalmente, así como la apertura del Museo de Arte moderno MAMB y la Cinemateca del Caribe.

En las últimas década, sobre todo en los últimos 20 años, se han organizado festivales internacionales de arte, algunos de los cuales aún se mantienen: el ya extinto festival Internacional de Danza (organizado por Mónica Gontovnik), el

Festival Internacional de Jazz Barranquijazz (Samuel Minski y Miguel Iriarte), Festival de Internacional Teatro ENITBAR (Nibaldo Castro), Festival Internacional de Cortometraje, Festival Internacional de Cine FITBAQ (Giuliano Cavalli), Festival de Cuenteros El Caribe Cuenta (Manuel Sánchez), Festival Internacional de Poesía PoemaRío (Miguel Iriarte, Aníbal Tobón), entre otros.

A través de algunas de estas instituciones y actividades, se evidencia el progresivo proceso de patrimonialización cultural en Barranquilla, el cual va encaminado, no sólo a proteger y conservar los bienes culturales, sino también a potencializar el valor tanto simbólico como comercial de estos. Apreciamos una creciente, aunque incipiente actividad cultural en Barranquilla. Sin embargo, resulta relevante apuntar que algunas de estas experiencias trabajan ‘con las uñas’ (el Parque Cultural tuvo incluso que cerrar sus puertas durante unos meses durante el 2018 por falta de recursos) como consecuencia de la falta de apoyo económico tanto por parte de la administración pública, como de la empresa privada. A pesar de representar una plataforma para la puesta en valor de los bienes culturales, se siguen privilegiando, en términos de inversión, actividades e iniciativas con un potencial comercial más evidente e inmediato, en el marco de las dinámicas neoliberales en las cuales se encuentra inmersa Barranquilla.

Las inversiones tanto públicas como privadas en la ciudad se han concentrado principalmente en su infraestructura, pero además en una infraestructura que ha beneficiado a un pequeño sector de la población y que se encuentra alejada de un trabajo directo con la comunidad. En gran parte, sobre esto se viene construyendo la marca ciudad y su comercialización como capital del TLC y ciudad que apunta al ‘progreso’. Por un lado, los parques y espacios para el ocio

en Barranquilla siguen siendo pocos, pequeños y con el asfalto como protagonista; por el otro, tenemos al caso del malecón del río y del centro de convenciones *Puerta de Oro*, en uno de los extremos de este. La ubicación de, puerta de Oro es poco céntrica, a pesar de ser el único espacio destinado a grandes eventos en la ciudad y de haber sido pensado en el marco de una estrategia para dirigir las miradas de la urbe hacia el río. Al Norte de la una de las dos vías que circundan la ciudad, cuenta prácticamente con una sola vía de acceso directa y es afectada por el mismo problema de otros escenarios a orillas de la vía 40 y el río: son zonas de poco tránsito peatonal, lo que las convierte en áreas inseguras durante la noche.

En este marco, la espectacularización tanto de los espacios de la ciudad como de las manifestaciones culturales que en ella se desarrollan, han tomado un papel protagónico; aquello que no encaje en estos estándares queda normalmente por fuera de la inversiones públicas y privadas. Poco a poco, dentro de estos parámetros, la cultura ha empezado a ser considerada como una *commodity* y, de esta forma, se ha articulado a este modelo neoliberal de desarrollo, como lo veremos a través de los emprendimientos culturales abordados en la investigación, los cuales retoman y resignifican referentes de la tradición y la cultura popular para la elaboración y comercialización de productos culturales y discursos que giran en torno a lógicas identitarias.



**Imagen 19. Centro de Eventos del Caribe Puerta de Oro**, al lado del Gran Malecón del Río. Página oficial Puerta de Oro (s.f.) <http://www.puertadeoro.org/> (acceso abierto)

### **‘Lo propio’: tradición y cultura popular en Barranquilla**

En el marco de la espectacularización y comercialización de la cultura, articulada a discursos identitarios, encontramos al carnaval. Si bien, podemos considerarlo como la máxima representación de la cultura popular en Barranquilla, parte de sus espacios han ido progresivamente elitizándose y estilizándose, e incorporándose, a través de su mercantilización, a discursos identitarios vinculados a la marca ciudad.

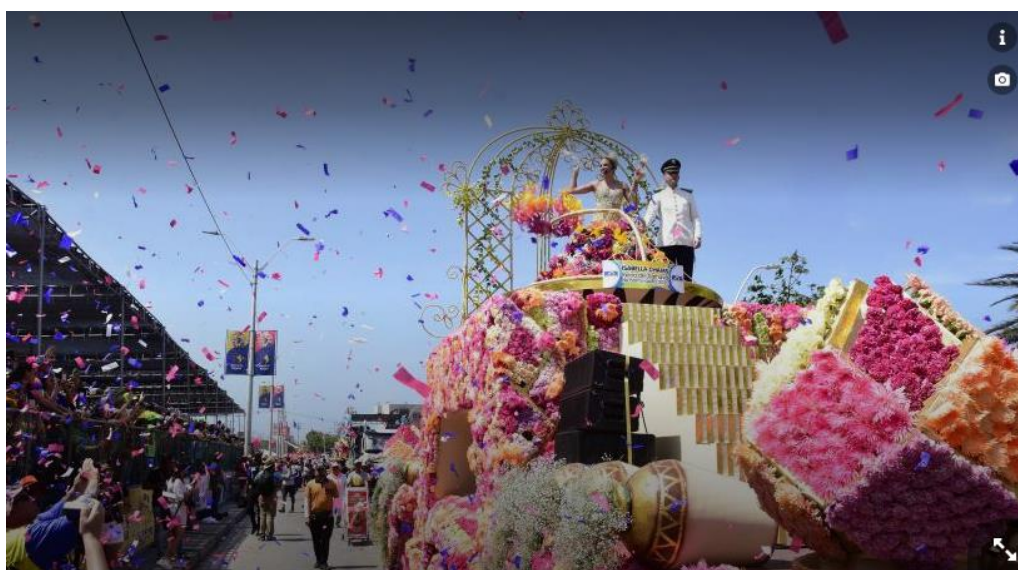
El carnaval de Barranquilla es uno de tantos existentes en el continente americano. Desde los carnavales de Oruro en Bolivia, pasando por los de Río de Janeiro y Salvador de Bahía en Brasil, hasta los Carnavales Riosucio en Colombia, cada uno con sus particularidades, son espacios donde la transgresión al orden social establecido se toma las calles a través de la música y el jolgorio. En el caso de Barranquilla, se celebra todos los años y fue declarado patrimonio intangible e inmaterial por la UNESCO en 2003.

Resultaría más adecuado denominarlo Carnaval 'en' Barranquilla, ya que por esos días se presenta como un espacio de articulación para la región, a través de la puesta en escena de sus tradiciones. De igual forma, se muestra como un espacio donde dichas tradiciones interactúan simbólicamente con contextos globales reconfigurándose constantemente. En el Carnaval se recrea, pero también se transforma y dinamiza el acervo cultural de la región.

En Barranquilla el carnaval es una festividad con una fuerte herencia afro, pero igualmente se hacen evidentes sus raíces indígenas y europeas, así como la influencia de ritmos y corrientes internacionales llegadas de distintos rincones del mundo a lo largo del tiempo. No hay una fecha de inicio clara para esta celebración que, como muchos de los carnavales del mundo finaliza en torno al miércoles de ceniza y tiene como ingrediente principal la sátira, la burla, la transgresión y el disfrute. Sin embargo, se tiene registro de celebraciones que pudieron darle origen desde épocas de la colonia. Este se consolida como fiesta de la ciudad a finales del siglo XIX y se puede establecer la realización de la primera Batalla de Flores (desfile principal de las carnestolendas) en 1903, impulsada como celebración del final de la Guerra de los Mil Días (última guerra civil colombiana declarada).



**Imagen 20. Marimondas.** En la fotografía podemos observar, en la parte izquierda, la gente en los palcos y como centro de la imagen una comparsa con uno de los disfraces de carnaval más representativos de Barranquilla: la Marimonda.<sup>39</sup> (2020) (s.a.) <https://www.lagrannoticia.com/la-noticia-del-dia/26086-batalla-de-flores-2018-un-homenaje-al-goce-caribe-de-las-marimondas-del-barrio-abajo> (acceso abierto)



**Imagen 21. Batalla de Flores.** Carroza con la reina del Carnaval en la Batalla de Flores 2018, principal desfile del Carnaval. (Amador, O y Polo, R., 2020) <https://www.elheraldo.co/carnaval-de-barranquilla/batalla-de-alegria-en-la-40-703703>

<sup>39</sup> La marimonda es un disfraz que surge presumiblemente (no está muy claro su origen) a principios del siglo XX, en principio como mofa y crítica a la clase política. Su atuendo, en principio, constaba de la corbata, pantalón y chaleco puestos al revés y su máscara característica de carácter fálico; su baile es burlesco y desparpajado.

Cuenta con múltiples y diversos espacios de celebración a lo largo y ancho de la ciudad; desde los salones de las casas familiares, pasando por las calles, hasta los salones de los clubes más exclusivos Barranquilla. Si bien, el mito urbano que circula es el de la integración de todos sus habitantes durante las fiestas y la desaparición de cualquier frontera de clase y raza uniéndose en el disfrute, en la práctica, siempre ha habido una marcada estratificación de clase durante los carnavales. De los -ya desaparecidos- salones burreros (denominados así porque la población humilde de la ciudad dejaba sus burros amarrados en la puerta del baile) y las casetas de los barrios populares, a los salones de los clubes existe una gran distancia económica y social.

Habido siendo históricamente de esta forma, en las últimas décadas se han ido elitizando cada vez más los espacios para el disfrute de las manifestaciones tradicionales y para aquellas de mayor espectacularidad. Esto, junto al crecimiento de la ciudad, ha llevado igualmente a que el carnaval se fragmente y sectorice en las distintas zonas de la urbe. En la localidad del norte centro histórico se llevan a cabo los desfiles de mayor gala y, a pesar de realizarse a pie de calle, el espacio tiene un precio para quienes quieran disfrutar del espectáculo, generalmente poco accesible para la mayor parte de los barranquilleros.

A su vez, han venido surgiendo algunos espacios 'alternativos', de acceso libre y gratuito donde, con un poco menos de espectacularidad, se hacen visibles las músicas, disfraces y expresiones escénicas carnavaleras. Sin embargo, esto se desarrolla igualmente en el centro-norte histórico barranquillero, siendo el acceso restringido a un amplio sector de la población, teniendo sobre todo en

cuenta que la movilidad en la ciudad – de por sí complicada- se dificulta más durante esta temporada. Como veremos más adelante, las iniciativas artísticas que abordamos en el trabajo juegan un papel activo en algunos de estos espacios culturales.

En Barranquilla observamos a una ciudad que, a pesar de tener como uno de sus principales referentes culturales un multitudinario carnaval, en algunos casos se sigue pensando que la cultura y las artes se restringe a cierto tipo de élites, como podemos apreciarlo en el slogan de la emisora de la Universidad del Norte<sup>40</sup>, especializada durante mucho tiempo en música clásica (aunque han ampliado su oferta a jazz, World Music, entre otras), la cual se anuncia como ‘La nota más alta de la cultura’ o ‘La alternativa culta de la radio del Caribe colombiano’.

Por su parte, la cultura popular se encontraría representada en algunos espacios muy comunes durante estas festividades, aunque no se restringen a las mismas. Es el caso de las verbenas o cacetas de los barrios populares, manifestaciones de la cultura popular por antonomasia en la costa Caribe. Son celebraciones que, comúnmente, se llevan a cabo en solares o espacios abiertos, o en la calle, la cual es cerrada con láminas de aluminio u otro material para hacer la fiesta (previa autorización de las autoridades pertinentes). Durante los cuatro días de carnaval, pueden encontrarse verbenas todos los días y noches en los barrios populares de la ciudad; fuera de la temporada de carnavales, podemos verlas cada fin de semana. Con entradas muy económicas, se convierten en lugares de

---

<sup>40</sup> Universidad fundada por los gremios en Barranquilla en 1966. Actualmente se encuentra posicionada como una de las mejor de la región caribe colombiana, y entre las 10 mejores del país.

baile y encuentro entre vecinos y conocidos, pero también asisten personas de otros barrios.



**Imagen 22. KZ Son Palenque (2019) (s.a.).** Verbena popular realizada en la caseta (KZ) Son Palenque, en el barrio Nueva Colombia (con mayoría de población afrodescendiente proveniente de San Basilio de Palenque) al sur-occidente de la ciudad. <https://www.facebook.com/KzSonPalenque/> (acceso abierto)

El protagonista de la verbena barranquillera es el picó. Los picós son grandes máquinas de sonido que amenizan la fiesta. Con múltiples parlantes son reconocidos y diferenciados por su potencia de sonido, su nombre y, sobre todo, por la música que programan. Existe incluso rivalidad entre distintos picós, llegando a haber ‘duelo de picoteros’ cuando se encuentran en el mismo espacio o cerca. Son enfrentamientos donde se retan, no sólo a través de la potencia de sus equipos, sino de la música con la que cuenta su discoteca. El picotero (DJ), desde su consola, tiene la responsabilidad de amenizar la fiesta. Los picós programan diferentes ritmos musicales y, por supuesto, canciones de moda, pero en barranquilla se caracterizan principalmente por sonar salsa y/o champeta.

La champeta es un ritmo que surge a partir de la música africana llegada a la ciudad en la segunda mitad del siglo XX. En términos generales, en Barranquilla se diferencia, lo que se ha denominado, champeta (o música) africana de la champeta criolla. La africana sería aquella música de cantantes y grupos africanos – en ritmos como el highlife de Ghana, el semba angoleño, el makossa de Camerún y el soukus congolés, entre otros - que comenzó a llegar de Europa (gran parte de dicha música fue grabada en estudios ubicados en París) o de África en los años 70 y 80 a través de viajeros esporádicos o comerciantes locales<sup>41</sup>; por otra parte, la criolla surge de la adaptación de esos ritmos por parte de artistas populares del caribe colombiano, principalmente de Cartagena de Indias y de San Basilio de Palenque.

La champeta comúnmente ha sido asociada con lo negro y, sobre todo, en sus inicios fue fuertemente discriminada y marginada por parte de las clases medias y altas de la ciudad, por estar asociada a los barrios pobres de la urbe y ser considerada ‘corroncha’ (hortera). Con el tiempo, los cantantes de champeta han comenzado a articularse al mercado cultural. Esta música que en sus inicios fue escuchada exclusivamente a través de los picós ha ganado nuevos espacios al tomar impulso en la ciudad desde las emisoras, aunque aún siga siendo relativamente marginada.

Otras músicas que fueron igualmente discriminada hasta principios del siglo XX por motivos similares siguen siendo asociadas con espacios y prácticas

---

<sup>41</sup> Cuando los dueños de los picós se hacían a esta música en formato de vinilo, le borraban el sello discográfico e información pertinente para que ninguna otra persona pudiera conseguirla fácilmente. De esta forma, ellos tenían los discos de forma exclusiva; su reputación y fama se forjaba, en parte, en torno a esto.

populares, aunque algunos de estos ritmos han comenzado a moverse en circuitos culturales 'alternativos' internacionales de la mano de artistas como *Toto la Mompoxina* y *Los gaiteros de San Jacinto*, y del auge de la *World Music* (Música del Mundo). Tal vez, el caso más conocido es el de la cumbia, la cual ya era tocada por las Big Bands de trascendencia internacional y rotada en las emisoras desde los años 40's. En estos momentos, puede encontrarse desde Argentina, hasta México en sus distintas variantes y, aunque no a gran escala, juega en el mercado cultural internacional.

En Barranquilla, la cumbia, junto a otros ritmos como el bullerengue y el chandé -surgidos en contextos rurales de la costa caribe colombiana y con una fuerte influencia indígena y afro-, son considerados la música tradicional de la región (aunque muchos de los ritmos específicos son difícilmente diferenciados unos de otros por gran parte de la población urbana). Son ritmos que, como la cumbia a través de las Big Bands y la radio, han sufrido un proceso de difusión, aceptación y 'tradicionalización' y que, actualmente en el imaginario nacional, se encuentran fuertemente vinculados a una idea de identidad regional caribe. Estos son escuchados y bailados en Barranquilla, casi exclusivamente, en tiempos de carnaval; esa restricción al espacio popular de las carnestolendas los contrapone a otras de músicas más comerciales y, por supuesto, a los espacios de la música 'clásica'.

Dentro de la percepción de lo popular amarrado con la tradición, la gastronomía también juega un papel relevante en la ciudad. Alimentos que no sólo han sido preparados de generación en generación, sino que son económicos y se encuentra al alcance de todos, ya que muchas veces son vendidos de manera

formal e informal en el espacio público, constituyen el referente principal de la comida tradicional y la cultura popular en Barranquilla.

El plato considerado representativo de la ciudad es el arroz de lisa. Este es preparado con lisa (un pez de mar: *Mugil cephalus*) seca y salada, y verduras (cebolla y pimientos principalmente); cuenta con un característico color amarillo-rojizo como consecuencia del uso del achiote<sup>42</sup> en su elaboración. Si bien es preparado en los hogares, es también muy común encontrarlo en las calles de la ciudad a un precio bastante económico. Se ha ganado el mote de ‘arroz de payaso’, por el color rojizo de queja en los labios de quienes lo consumen a casusa del aceite y el achiote. Los vendedores ambulantes que lo ofrecen transportan la olla con el arroz en carros de pedal. Por menos de un euro, se puede tener una abundante ración de arroz, con un huevo duro y ketchup como acompañante, servido sobre un plato de plástico o una hoja de bijao (similar a las hojas de plátano). Es una comida muy popular entre los trabajadores que se encuentran en las calles o en la construcción en la ciudad.

---

<sup>42</sup> El achiote es una semilla (extraída del arbusto *Bixa orellana*) utilizada comúnmente en la costa Caribe colombiana y en otras zonas de Latinoamérica para darle color a las comidas.



**Imagen 23. Arroz de lisa.** Con huevo y ketchup servido sobre hoja de bijao.  
[https://caracol.com.co/emisora/2017/02/17/barranquilla/1487347152\\_928025.html](https://caracol.com.co/emisora/2017/02/17/barranquilla/1487347152_928025.html)  
(acceso abierto)



**Imagen 24. Vendedor itinerante de arroz de lisa.**  
[https://www.wikiwand.com/es/Arroz de lisa#/google\\_vignette](https://www.wikiwand.com/es/Arroz%20de%20lisa#/google_vignette) (acceso abierto)

Por otra parte, encontramos los diversos fritos que igualmente se comercializan formal e informalmente en las calles, aunque también siguen elaborándose en los hogares e, igualmente, se consiguen en establecimientos como las fruterías. Las fruterías en Barranquilla son sitios donde, no sólo se puede comprar una gran variedad de frutas tanto enteras como en zumos, también ofrecen una variedad de alimentos como queso fresco; empanadas (empanadillas) de maíz fritas rellenas de carne, pollo o queso; carimañolas: croquetas de yuca rellenas de carne o queso; arepas de huevo: hechas a base de maíz molido y freídas con un huevo dentro; e incluso, kibbes: croquetas de carne, sémola de trigo y cebolla, un plato que llegó a la región a través de las migraciones libanesa y se ha integrado a la oferta gastronómica de la ciudad. Las fruterías son lugares para comer de forma rápida y económica, y se encuentran en todos los sectores de la ciudad.

Ofrecidas por vendedores ambulantes y estacionarios también vemos otras comidas preparadas de forma artesanal y a muy bajo precio como los bollos: envueltos de maíz o yuca; las butifarras: sartales de bolitas de carne envueltas en tripa, muy condimentada (suficiente para que la carne, lista para consumir, no se dañe a pesar de las altas temperaturas y la intemperie); el raspao: una especie de granizados ofrecidos por vendedores ambulantes. Igualmente, se encuentran en las calles de Barranquilla variedad de dulces artesanales como las cocadas: dulces hechos a base de coco, leche y frutas; alegrías: bolitas de dulce hechas de mijo explotado (a manera de palomitas de maíz), panela<sup>43</sup>, coco y anís;

---

<sup>43</sup> La panela (denominada papelón, piloncillo o chancaca, en otros países latinoamericanos) es un subproducto no refinado elaborado a partir de la evaporación, concentración y cristalización del zumo de la caña de azúcar. Su presentación más común es en bloques de color marrón y es

caballitos: dulce de papaya verde; dulces de ajonjolí, etc.

Tanto las manifestaciones y espacios asociados a la música que abordamos con anterioridad, como las preparaciones de las que venimos hablando, son ejemplo de aquello considerado parte de la cultura popular en Barranquilla. En lo relacionado con los alimentos, no porque las preparaciones se elaboren en muchas ocasiones en barrios populares o porque sean consumidas sólo por las clases populares sino porque, al igual que el carnaval, son considerados parte de la herencia cultural a la que todos en la ciudad tienen acceso, son vistos como 'lo propio', aquello que culturalmente nos pertenece e identifica como barranquilleros. No importa en qué parte de Barranquilla vivas, ni cuál sea tu poder adquisitivo, más de una vez en la vida habrás comido empanada, bollo, cocada o raspao.

A pesar de que estos productos sean de consumo común del grueso de los habitantes de la urbe, la segregación de esta se evidencia a través de la comercialización de estos, ya que normalmente quienes los comercializan en las calles son personas de extracción humilde, provenientes de los sures de la ciudad, que tienen estos negocios como fuente de subsistencia, muchas veces, formando parte de la economía informal tan común en Colombia<sup>44</sup>.

Dentro de aquello percibido como cultura popular, se han ido retomando elementos y construyéndolos como tradicionales -articulados a un pasado que debe ser rescatado y preservado- (Hobsbawm, 1983) y 'propios', representativos

---

ampliamente consumida en Colombia, principalmente, como edulcorante y como base del 'agua de panela', una bebida muy consumida en el país.

<sup>44</sup> El porcentaje de trabajadores informales en Colombia se encuentra en torno al 47%. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

del ser barranquillero y caribe. En el marco de esas dinámicas, actualmente encontramos iniciativas que buscan poner en valor, a través de la comercialización de sus productos culturales y prácticas de pertenencia, aquello que consideran como constitutivo del ser barranquillero. Son iniciativas que están a 'medio camino' de la 'alta' y la 'baja' cultura, de las artes y la tradición amarrada a la cultura popular que, como hemos visto, se evidencia en un espacio urbano fragmentado como el barranquillero. Las iniciativas creativas que abordaremos retoman estos referentes tradicionales y de la cultura popular, los resignifican y los comercializan bajo discursos identitarios, los cuales van encaminados al fortalecimiento del sentido de pertenencia con Barranquilla como ciudad caribe. A continuación, presentamos algunas de ellas en torno al diseño, la música y la gastronomía.

### **Diseño, música y gastronomía**

Después de haber realizado una aproximación a los antecedentes de las manifestaciones y espacios culturales de la ciudad podemos apreciar cómo, en la última década ha habido una ampliación de la oferta de emprendimientos culturales en torno al diseño (industrial, de modas y gráfico) y la gastronomía, el surgimiento de nuevas sonoridades en la música, además de una mayor visibilización de las artes visuales y el arte público.

Nos referimos a las iniciativas de interés en este apartado como emprendimientos culturales, pues tanto en su producción creativa, como en la comercialización y consumo de sus productos resaltan la innovación conceptual y estética inspirada

en de la cultura popular y las tradiciones caribes en el espacio urbano; apostándole de esta forma a la consolidación de la identidad, la autenticidad (asociada a la identidad y la tradición) y a lo local (representado en la ciudad) como valores (Pfeilstetter, 2014). Por otra parte, proclaman producir un valor social añadido (Global Entrepreneurship Monitor, 2005) al enmarcar sus productos en prácticas de pertenencia y discursos identitarios centrados en el referente urbano caribe. Además, como veremos en la última parte del capítulo, el emprendimiento cultural es la categoría que les posibilitará relacionarse y negociar en el marco de las políticas públicas nacionales y locales.

En este marco, observamos la aparición de múltiples espacios emergentes en Barranquilla que, sin embargo, se encuentran aquejados por las mismas dificultades que han tenido las artes de antaño: la falta de apoyo, divulgación y alcance de estos al grueso de la población, pues la mayoría son iniciativas que surgen y se desarrollan en la localidad Norte-Centro Histórico de la ciudad. Por lo tanto, el acceso a las mismas es de personas de los estratos 4, 5 y 6 barranquilleros. Es de apuntar que, los productos culturales generados desde estas recientes iniciativas están justamente pensados, dirigidos y comercializados, por sus costos y accesibilidad en general, para este *target*. De esta forma, a través del consumo cultural siguen reproduciéndose y visibilizándose la fragmentación de la urbe.

A continuación, presentamos algunas de las iniciativas más activas, consolidadas y visibles en la ciudad de Barranquilla, las cuales procederemos a caracterizar.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> La caracterización la llevo a cabo a partir de la información presente en sus webs y redes sociales oficiales, además de la recolectada en las entrevistas realizadas (2015-2016).

## Diseño Mono, Todomono

Dentro de las propuestas en el marco del diseño gráfico que más difusión han tenido en Barranquilla en los últimos años, encontramos a Todomono -Fernando Vengoechea y Johnny Insignares, diseñador gráfico (Universidad del Norte, Barranquilla) y comunicador social (Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla), respectivamente; barranquilleros en sus 30s. Ambos son descendientes de familias barranquilleras y, en el caso de Fernando, apunta cómo su apellido ha estado asociado a hacedores del Carnaval de la ciudad, además “mi abuelo era jugador del Junio [equipo de fútbol de Barranquilla], mi papá ha sido selección de béisbol del Atlántico” (entrevista, 2015); haciendo énfasis en su pertenencia a la ciudad. Jonny ha trabajado de forma paralela a este proyecto con el Museo del Caribe, el Museo de Arte Moderno de Barranquilla, con el Ministerio de Cultura y como docente en diseño en la Universidad Autónoma del Caribe; mientras que Fernando ha sido jefe de telecomunicaciones de Telecaribe, el canal regional.

‘Todo mono’, es una expresión de la costa caribe colombiana que denota bienestar, que todo está bien: ¿Cómo va la vaina (la situación)? ... ¡Todo mono!. Fernando y Johnny llevan 13 años diseñando productos inspirados, en parte, por el entorno urbano barranquillero. Iniciaron en una de las áreas comerciales de la zona norte de Barranquilla, en el barrio Alto Prado. En los bajos de un edificio residencial se encontraba la primera sede de la Tienda Mono, un pequeño local donde Fernando y Johnny lanzaban, exponían y vendían sus colecciones de diseño basadas en temáticas urbanas barranquilleras. Están ubicados en una zona de clase alta de la ciudad, un área bastante transitada, sobre la calle 76 (una

de las más transitadas del norte de Barranquilla), muy cerca a grandes centros comerciales y almacenes de ropa.



**Imagen 25. Logo Todomono.** Está inspirado en la máscara de la Marimonda, uno de los disfraces más representativos del carnaval de Barranquilla. Facebook oficial Todomono, 2011.

<https://www.facebook.com/pdmono/photos/a.432465993633/10150341289643634/> (acceso abierto).



**Fotograma. 26 Primera sede Todomono.** Tumblr oficial Todomono, 2015  
<https://todomono.tumblr.com/> (acceso abierto)



**Imagen 27. Segunda sede Todomono** Abierta, a dos calles de la primera sede, al principio en ella sólo vendían accesorios para el hogar, mientras en la primera continuaban con las camisetas. Actualmente, han unificado las tiendas y todos los productos se encuentran aquí. En la imagen Johnny y Fernando se encuentran sentados en una mecedora gigante, mueble omnipresente en los hogares del Caribe colombiano. Facebook oficial Todomono, 2018  
<https://www.facebook.com/pdmono/photos/a.10150593466443634/10155508903773634> (acceso abierto)

En un principio diseñaban camisetas, pero en estos momentos su producción es mucho más amplia, desde tazas, pasando por elementos decorativos, hasta una línea de hogar y una de cervezas artesanales. Además de la pequeña tienda donde comenzaron al norte de la ciudad, abrieron un puesto de ventas en el aeropuerto internacional de Barranquilla y otro en uno de los nuevos centros comerciales de la urbe, una tienda de artículos de diseño para el hogar junto a una de ropa y accesorios para hombres, dos bares en distintos puntos del norte de Barranquilla y una tienda (abierta en diciembre de 2017) en Wynwood, el distrito artístico de Miami. Con una de sus primeras colecciones, inspirada en la comida barranquillera, en 2009 se hicieron acreedores del premio Lápiz de Acero, el reconocimiento más importante al diseño en Colombia, otorgado por la revista Proyecto Diseño. Actualmente, se trasladaron totalmente a dos calles del sitio inicial en la misma zona de la ciudad, donde en principio sólo se encontraba las colecciones de artículos para el hogar. Su local lo han establecido en una casa grande del barrio Alto Prado, en una calle un poco más tranquila, pero igualmente transitada y cercana a las zonas comerciales.



**Fotograma 28.** La Poderosa (Varela, W.; Varela, P., 2018). Su establecimiento en Wynwood/Miami, además de ofrecer sus productos es un bar restaurante donde se programa música. En la fachada, a mano derecha, podemos ver una reinterpretación de la bandera de Barranquilla (en forma de escudo similar al del Capitán América) y, a la izquierda, una representación de una gran máquina de sonido. <https://www.YouTube.com/watch?v=29ZwicfZtPE> (acceso abierto)

Las temáticas trabajadas desde esta iniciativa se encuentran fuertemente articuladas con Barranquilla como ciudad caribe, como lo describen en la definición oficial, en su página de Facebook: “MONO es una nueva propuesta de diseño inspirada inicialmente en el Caribe Colombiano, que busca recopilar y dar a conocer diversos aspectos de sus ciudades, con el fin de aportar desde el diseño a su conocimiento, lectura y construcción”.

Igualmente, ofrecen servicios como agencia publicitaria enfocada en diseño relacionado con la tradición y la ciudad, con clientes como el Festival Internacional de Cine de Pasto 2009 (en la región andina, al sur-occidente del país), el festival gastronómico Sabor Barranquilla la Feria Artesanal Territorio Creativo y el Carnaval de Barranquilla 2010, la Secretaría de Cultura de

Barranquilla y la Cervecería Águila, la marca de cerveza más consumida en la región Caribe colombiana.



**Imagen 29. Cartel promocional de Sabor Barranquilla 2018** (diseñado por Todomono), apreciamos como figura central a un campesino de la región, el cual lleva un sombrero vueltiao<sup>46</sup> y refleja en su cara el mar; a su derecha una mujer negra vendedora de frutas y a su izquierda un indígena de la Sierra Nevada de Santa Marta; así como fauna y flora de la zona, como representación de la biodiversidad y la diversidad cultural y étnica de la región. Al fondo el Skyline de la ciudad conjugando lo rural y lo urbano en la imagen.

Actualmente, la que fuera una iniciativa de diseño principalmente de camisetas, ha abierto varias líneas de negocios (siempre articulándolas con el diseño) y, con el apoyo de algunas instituciones y profesionales de otras áreas, han venido realizando eventos en torno al patrimonio, la gastronomía y la música. En estos momentos llevan a cabo rutas culturales y fiestas temáticas. Además de haber dictado y organizado charlas sobre diseño, ciudad e identidad tanto en Barranquilla como en otros espacios a nivel nacional. Igualmente, crearon el

<sup>46</sup> El sombrero vueltiao es un sombrero artesanal, fabricado con la fibra de la palma de caña flecha (*Gynenum Sagithatum*). Tradicionalmente fabricado por las comunidades indígenas Zenú, ubicadas en las sabanas al norte del país, es ampliamente utilizado por la población costeña y se ha consolidado como elemento representativo de la costa caribe colombiana. En 2004 en Congreso de Colombia le dio la categoría de Símbolo Cultural de la Nación.

Festival *No conocí el Palma* (en honor a un edificio de los años 20, ya demolido) - el cual se ha llevado a cabo desde el 2016-, cuya temática se centra en la ciudad y el patrimonio. En el marco del festival se desarrollan rutas turísticas, fiestas, talleres, charlas y exposiciones.



Imagen 30. Carteles publicitarios del festival *No conocí el Palma* 2016 y 2020 (Diseñado por Todomono). Estos reflejan la silueta de dicho edificio y hacen referencia a la memoria de la ciudad, en riesgo de desaparecer, que este representa.



**Imagen**                      **31.**                      **Edificio**                      **Palma**                      **1940.**  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=10224116797327338&set=a.10224116868529118> (acceso abierto)

### Bololó Lab

Bololó Lab es un emprendimiento de diseño, centrado en lo que ellos denominan “Diseño Caribe de productos”. Está conformado (2008), por Stephanie Amarís y Carlos Miguel Cepeda (diplomado en inteligencia de mercados), ambos diseñadores industriales (Universidad del Norte) en sus 30s; además cuentan con un equipo de colaboradores, donde hay desde comunicadores sociales hasta historiadores. Su trabajo se inspira en la cultura popular y tradiciones de la región caribe colombiana. De hecho, bololó es una palabra utilizada en la región Caribe para referirnos a algo desordenado, una expresión común sería: “Se armó un Bololó” = se armó un follón. Por otra parte, Lab hace referencia al laboratorio. No tienen sede física.



**Imagen 32. Logo de Bololó Lab.** Es la representación de un mamón (derecha), pequeña fruta tropical ampliamente consumida en la costa caribe colombiana (izquierda). (Página oficial Bololó Lab, s.f. <http://bolololab.com/> , acceso abierto; Fotografía mamones (Vargas, K., 2015) <https://www.elcampesino.co/mamoncillo-beneficios-y-receta-dulce/> )

Su iniciativa surge a finales de la primera década del presente milenio. Según nos relatan, las directivas del programa de Diseño Industrial de la Universidad del Norte en Barranquilla – una carrera recientemente abierta-, como consecuencia de los resultados de trabajos asignados a los estudiantes, se dan cuenta del vacío existente en la investigación a profundidad sobre referentes relacionados con el carnaval de la ciudad. Por ello, promueven que los estudiantes ahonden en dichas temáticas. Algunos de ellos, continúan explorando este camino y de allí surge lo que se constituirá como el colectivo Bololó Lab, quienes se centran, ya no sólo en el carnaval, sino que abordan los entornos cotidianos de la ciudad de Barranquilla y la región Caribe.

Fueron ganadores del premio Lápiz de Acero en el 2010 y de la beca de circulación para emprendedores culturales del Ministerio de Cultura con un proyecto sobre leyendas del Caribe en 2012. Han sido ponentes en TEDx Barranquilla (2013) y en el Encuentro Latinoamericano de diseño de Palermo (2014). De igual forma, han trabajado con La Fundación Carnaval de Barranquilla, el Museo del Caribe, el Fondo Mixto de Cultura de Sucre, la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla, FICBAQ (Festival Internacional de Cine de Barranquilla), Artesanías de Colombia (sociedad de economía mixta, la cual busca incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional), entre otras instituciones públicas y privadas. Aunque se han centrado en el trabajo con empresas, tienen una línea que se centra en el diseño independiente.



**Imagen 33. Cartel publicitario oficial del Carnaval de Barranquilla 2013** (año en el cual se celebró el bicentenario de la ciudad) diseñado por Bololó Lab, con representaciones de varios personajes y disfraces tradicionales. (Página oficial Bololó Lab <http://bolololab.com/agenda-especial-palleva-aqui-hay-carnaval-2013/>, acceso abierto)



**Imagen 34. Colección *Carreta Carnavalera***, inspirada en personajes y disfraces del carnaval de la ciudad y abarca diversos juegos de mesa. Su nombre implica un doble sentido, pues en la costa ‘echar carreta’ significa decir mentiras. (Página oficial Bololó Lab <http://bolololab.com/project/carreta-carnavalera/> acceso abierto)

## Systema Solar

Dentro de los emprendimientos musicales tenemos algunos cuyos orígenes se dan fuera de Barranquilla, pero Barranquilla poco a poco se va convirtiendo en ese espacio de encuentro y de concentración al que estas agrupaciones tienen presente, siendo la ciudad uno de sus principales centros de acción en estos momentos. Es el caso de Systema Solar.



**Imagen 35. Logo Systema Solar.** Como vemos, el logo de Systema Solar representa un sistema de sonido. (Web oficial Systema Solar, <http://intermundos.org/es/> acceso abierto)

Systema Solar surge en 2006, la mayoría de sus integrantes están en sus 40s, provienen de distintos sitios (nacionales y extranjeros), pero se han radicado en la costa caribe colombiana. Walter Hernández ‘DJ Índigo’ es uno de los vocalistas de la agrupación, quien había estado vinculado a la escena del Hip-Hop en Barranquilla y en la costa Caribe colombiana. Comunicador social, nacido en Turbaco (población cercana a Cartagena de Indias), ha vivido igualmente en Bogotá (donde fue docente en la Universidad Jorge Tadeo Lozano) y, actualmente en Barranquilla; Jhon Primera “Jhon Pri” de Caracas / Venezuela, es también vocalista de Systema Solar; Vanessa Gocksch “Pata de Perro”, es artista visual belga, egresada de la academia de San Carlos/Mx., La Cambre/Bélgica., Florida International University/USA y precursora de la escena

VJ<sup>47</sup> en Colombia. Es la encargada de los visuales del grupo; Juan Carlos Pellegrino, productor de la agrupación, músico de la Universidad Javeriana (Bogotá) e Ingeniero de Sonido en ISTS de París / Francia, donde trabajó por más de diez años en la producción de música electrónica.

Daniel ‘Daniboom’, es DJ y productor, “uno de los precursores del Techno en Colombia (...) cofundador de festivales y colectivos underground de Bogotá como Mutaxión y Bogotrax” (Web oficial Systema Solar <http://www.intermundos.org/systemasolar/el-colectivo/>); Arturo Corpas ‘DJ Corpas’, DJ cartagenero, aporta como scratcher y flows<sup>48</sup>; Andrés Gutiérrez ‘Andrew Malandrew’ nació en Barranquilla y se crio en Santa Marta (Colombia), Estudió música y percusión en la Escuela de Bellas Artes de Barranquilla, finalizando sus estudios en La Universidad Nacional de Bogotá. También es percusionista de la agrupación Stereocuco.

Algunos de sus miembros se conocieron en Bogotá durante la realización de un documental sobre el hip hop de Colombia. La idea de conformar un grupo surgió por la invitación que le hicieron a Vanesa Kosh para que mostrara su trabajo visual en la bienal de arte de Medellín y, a partir de la cual, propuso que organizaran algo juntos. En un mes montaron el repertorio de una hora que presentaron posteriormente en la bienal, de allí en adelante han venido trabajando y consolidándose como grupo. Posteriormente, decidieron volver a la

---

<sup>47</sup> En correspondencia con el DJ o discjockey, el VJ o videojockey es quien crea sesiones visuales, mezclando en directo loops de video, articulándolos con la música que suena.

<sup>48</sup> En la jerga del Hip-Hop el scratch es la técnica que se utiliza para ‘rayar los platos’, se puede identificar a través del sonido que producen los DJs en los tornamesas moviendo los vinilos hacia adelante y hacia atrás. Por su parte, el flow (flujo en español), es la forma en la que se desenvuelven las rimas sobre los beat o ritmo base del Hip-Hop.

costa Caribe (sólo Daniel Broderick se quedó en Bogotá): Cartagena, Barranquilla, Taganga; cada quien escogió donde tenía su familia o dónde quería vivir (entrevista, 2016)

Su estilo, al cual han denominado Berbenautica, está inspirado en los picós y las verbenas del Caribe colombiano, en parte, de allí también surge su nombre, el cual hace referencia, por un lado, a los sounds systems o sistemas de sonido (picós) que se encuentran en el Gran Caribe y al solar (explanada sin construcciones) como el lugar de encuentro de la gente para hacer la fiesta en la región. Toman como base ritmos caribes colombianos, fusionándolos con otras sonoridades y se definen como un colectivo músico-visual, cuyo objetivo es

... crear espectáculos músico-visuales con su estilo propio que llaman “Berbenautika”, inspirándose en la tradición de los pikós (sistemas de sonido) y la verbena (fiesta popular). Sus tripulantes se reúnen para crear, adaptar y reinventar músicas de manera improvisada con un fuerte énfasis en el culto a la danza y la alegría. Recrean La Cumbia, El Fandango, La Champeta, El Bullerengue entre otros, mezclándolos a través de herramientas electrónicas con ritmos y estilos culturales tales como el Hip Hop, House, Techno, Break beats, El Scratching y el video en vivo. (Web Oficial Sistema Solar, El Colectivo <http://systemasolar.com/>)



**Imagen 36. Vestuario Systema Solar** (Web oficial Systema Solar <http://www.intermundos.org/systemasolar/el-colectivo/> acceso abierto) “...nuestro vestuario está hecho a partir de la concepción de ser nosotros también parte de un equipo de sonido, como una extensión del picó. Como esto ahora, esto es un ecualizador [mostrando su camiseta con un estampado que representa un ecualizador], yo lo tengo incorporado, por ejemplo, ‘esto’ no me lo pongo, sino que lo tengo incorporado, es parte... ya. (entrevista, 2016)

Cuentan con múltiples presentaciones en escenarios nacionales e internacionales siendo, sin embargo, poco conocidos en el mainstream colombiano. Desde el 2010, han realizado varias giras por Europa y Latinoamérica, presentándose en reconocidas salas de concierto y festivales internacionales como Lollapalooza en Chile (2013), Glastonbury en UK (2010), Festival Internacional de Jazz de Montreal (2011), Martasac en Francia (2013), festival Eksen On Fair en Estambul (20013) y como artistas seleccionados en la feria de música Womex (The World Music Expo) en Copenhague (2011), entre otros.

Así mismo: Oliver Stone incluye su canción ‘Quien es el patrón?’ en la banda sonora de su película ‘Savages’; hacen una doble colaboración con la agrupación Blondie con Sugar On The Side, canción con la que participaron en su álbum; y ‘Artificial’ con la voz de Debbie Harry en su disco; Producen la canción para el Open de la temporada de Discovery Channel (2005); Igualmente, han ofrecido charlas y talleres en diferentes escenarios nacionales e internacionales, principalmente sobre la música del Caribe colombiano. Dentro de su discografía cuentan con: Systema Solar (2010), La revancha del burro (2013), Rumbo a tierra (2017). Cuentan con su estudio de grabación en Taganga, una pequeña población de pescadores a dos horas de Barranquilla y con un sello independiente.



**Imagen 37. Portada producción “Rumbo a Tierra” de Systema, 2016.** En la portada de su disco Rumbo a tierra una estética similar a la utilizada para decorar los picós. Al fondo de la imagen el continente africano y el americano como su fuente principal de inspiración para sus creaciones y, en primer plano, una pareja de cumbiamberos con sus atuendos tradicionales, así como flora y fauna característica de la región caribe. (Web oficial Systema Solar <http://www.intermundos.org/systemasolar/rumbo-a-tierra/>)

## Colectro

Es una agrupación que principalmente ha estado moviéndose entre Bogotá y Barranquilla y, aunque se han consolidaron en la capital, se consideran una agrupación barranquillera. Como comenta Gonzalo Prieto, su vocalista:

... O sea, ¿cómo trajimos el proyecto acá? Yo creo que se fue dando, igual todos los diciembres venimos [a Barranquilla], todos los diciembres nos encontramos, desde un comienzo se hicieron como demos, se hicieron cosas en internet, se hicieron trabajos y vainas y se fueron como regando y el público como underground fue reconociendo esto como una banda de acá, independiente que haya nacido en Bogotá, porque tocamos música folklórica, bueno al inicio tocábamos más como funky, electrónica, pero ya la vaina se ha vuelto como más Caribe. Pero bueno, yo creo que siempre hemos estado como yendo y viniendo, el desarrollo en completo sí ha sido en la ciudad de Bogotá, de hecho, ahora estamos acá para precisamente como para darnos a conocer en el Caribe que es nuestra tierra al final y al cabo y hemos decidido como venirnos para acá a instalarnos como un semestre o algo así, para enamorar al mercado costeño en general. (entrevista, 2015).

Tanto en el caso de Systema Solar como en el de Colectro, podemos apreciar la presencia del Caribe, no sólo vinculada a la biografía de sus miembros y a los ritmos en los cuales inspiran sus creaciones, sino como un referente con potencial de ser mercantilizado y comercializado tanto dentro como fuera de lo que se percibe como espacio caribe; ya sea en Bogotá o en circuitos internacionales.

En estos momentos, después de haber estado algún tiempo fuera de la región, vuelven su mirada hacia la misma con el fin de expandir el mercado de sus productos, de generar público en torno a estas propuestas que, si bien se encuentran inspiradas en ritmos tradicionales de la región, están igualmente amarradas a un mercado internacional más amplio, encajando dentro de lo que se ha denomina como World Music en cuyos circuitos ha venido circulando. Es una música enfocada al público urbano fusionada con ritmos como el Hip-Hop, el Funk y la música electrónica con los que sólo una parte de la población tiene relación, por lo que el público potencial es relativamente limitado, pero existente.

Así, Barranquilla se consolida como nodo de flujo de significaciones que alimentan la creación de estos productos culturales. Aunque el nicho comercial y el centro que les facilita el brinco a lo transnacional no siempre se encuentre allí. Vemos que el nicho de mercado es considerablemente reducido y algunos optan por producir su material de forma independiente fuera de la urbe o respaldados por centros de producción cultural más consolidados como Bogotá. Si bien Barranquilla fue en algún momento pionera en comunicaciones en el país, en estos momentos el respaldo y las posibilidades comerciales para las iniciativas culturales es reducido.

La agrupación está conformada por seis integrantes hombres, en sus 30s. Alberto Palacio (guitarrista y teclados, productor, ingeniero y arreglista. Escuela de música y audio Fernando Sor en Bogotá y Facultad de Artes ASAB de la Universidad Francisco José de Caldas, Bogotá); Moisés Vargas (músico autodidacta, arreglista, bajista y percusionista); Gonzalo Prieto (vocalista. Publicista, diseño gráfico y web); Donaldo Barrios (bajista, músico Universidad

INCCA y ASAB, Bogotá); Alex Herrera (batería, arreglos y composición); Felipe Peñalosa (percusión, Bellas Artes, universidad del Atlántico / Barranquilla). En 2015 la marca de guitarras Ibáñez Bass incluyó a Moisés y Donaldo en su equipo, teniendo en cuenta su excelente desempeño y éxito con la banda. Por otra parte, TAMA Drums (patrocinador de Stewart Copeland of The Police and Metallica's Lars Ulrich), incluyó a Alex Herrera en su lista de importantes exponentes del tambor en el mundo.



**Imagen 38. Imagen del sencillo “Como tú no hay Nadie” de Colectro, 2020.** La portada de uno de sus álbumes sigue la estética inspirada en el trópico con un acercamiento a la piña (Facebook oficial Colectro <https://www.facebook.com/photo/?fbid=178897060460850&set=pb.100050216721566.-2207520000> acceso abierto). Además de hace un paralelo entre la exuberancia de la naturaleza y a mujer como expresan en su página de Facebook: ““Como tú no hay nadie” explora el sentimiento real y profundo que despiertan las diosas que ponen en marcha la vida: la mujer y la naturaleza, como fuente de inspiración, creatividad y amor.” <https://www.facebook.com/photo?fbid=10158802265163988&set=pb.100050216721566.-2207520000>.. Podemos vislumbrar la relación que se plantea entre la mujer Caribe con lo exótico e incluso exuberante, que apreciaremos más claramente en el próximo capítulo -presente en otros emprendimientos-, principalmente a través de las representaciones de la mujer negra caribeña.



**Imagen 39. Colectro en vivo, 2020.** Los integrantes de Colectro manejan un estilo desenfadado y colorido en su estética. (Instagram oficial de Colectro <https://www.instagram.com/p/CDrkYnKrJyIY/> acceso abierto)

Han participado en festivales y conciertos nacionales e internacionales, por ejemplo: Hard Rock Rising Colombia 2012, Rock Al Parque 2012, Premios Shock 2012, FIA Festival de las Artes Costa Rica 2014, Colombia Al Parque 2015, Gira “Coletera Criolla 2017” por Inglaterra (Glastonbury, Bristol, Londres), Festival Glastonbury 2017, Jazz Al Parque, Manizales Grita Rock, Fiesta de la música de Medellín, Miche Rock Festival, Hot en Paraíso, Festival de Teatro de Bogotá. (Web oficial Tambora Records, Colectro). Actualmente trabajan con el sello discográfico Tambora Records, de Colombia. Y dentro de su discografía tienen a: Tambora ácida y maquiavélica (2015) Coletera (2016), por el cual fueron

nominados en 2018 a los Grammys latinos en la categoría de “Mejor Álbum de Fusión Tropical”.

## Bozá

Por otra parte, encontramos la propuesta de Bozá y la Nueva Gaita, una iniciativa que surgió de las experimentaciones de una pareja de hermanos (Ailan y Leang Manjarrez Wong) con la gaita indígena.

La gaita del Caribe colombiano es un instrumento de viento de origen indígena, de fabricación artesanal con el cual se interpretan múltiples ritmos de la región (cumbia, bullerengue, puya, etc.). El cuerpo de la flauta está hecho del corazón del cardón (cactus de la zona) y la parte de la boquilla de una mezcla de cera de abejas con carbón, en la cual se inserta una pluma de pato (aunque en los últimos tiempos, por resultar más resistente a las condiciones climáticas, está siendo reemplazada por el tapón del bisel de las jeringas).

Hasta hace poco, dicho instrumento había estado asociado casi exclusivamente a la interpretación de ritmos tradicionales, la propuesta de Bozá se centra en ampliar la utilización del instrumento para la ejecución de otros ritmos y, a su vez, conjugarlo con la interpretación de otros instrumentos como el bajo o la batería; a este estilo lo han denominado *La Nueva Gaita*. El proyecto de la *Nueva Gaita* surgió a partir de la colaboración artística que hicieron para un montaje de teatro de su padre, donde contó la historia de la gaita a través de su música y se ha visto influenciado por los conocimientos adquiridos en la academia y las experiencias de sus integrantes en la ciudad y con otras músicas.

Nacidos en Santa Marta (ciudad a hora y media de distancia en coche a Barranquilla), se mudaron de adolescentes, hace más de diez años, con sus padres a Barranquilla. En el momento de los primeros acercamientos al instrumento Leang se estaba formando como músico en la universidad y su hermana Ailan se sumó a la iniciativa desde un aprendizaje empírico. Como expresan en su web oficial, el nombre Bozá deriva del término con el cual se refieren al momento de climax musical durante la interpretación de la gaita.

Sobre el objetivo del proyecto musical, conformado en 2008, manifiestan:

Este proyecto artístico busca fortalecer la identidad Caribe y la tradición gaitera mediante un concepto musical novedoso, contemporáneo y atractivo; que genere interacción y sentido de pertenencia hacia nuestras manifestaciones culturales. (Web oficial <http://nuevagaita.wixsite.com/boza/info>)



**Imagen 40. Los hermanos Ailan y Leang Manjarrez Wong**, los impulsores del proyecto Bozá. <http://francia.embajada.gov.co/node/event/1534/boza-la-nueva-gaita> (s.a., 2013)



**Imagen 41. Grupo Bozá, Nueva Gaita.** (Página oficial de Bozá <http://nuevagaita.wixsite.com/boza/info> acceso abierto)

Los integrantes de la agrupación se acercan a los 30 años. Leang toca la gaita hembra<sup>49</sup> y es músico, egresado de la Universidad Reformada; mientras que Ailan, quien toca la gaita macho y las maracas, estudió derecho. Jorge Armando Guerrero, guitarrista de Bozá, es oriundo de Calamar, (población a una hora de Barranquilla, a orillas del río Magdalena); y como percusionista encontramos a Edinson Junior Rodríguez, músico de la EDA (Escuela Distrital de Arte). Por otra parte, Leang ha participado y sido jurado en festivales de ritmos tradicionales de la región y Ailan forma parte de la agrupación de gaitas tradicional Pueblo Santo (liderada por Marlon Peroza, vocalista de Stereocuco).

Dentro de los premios que han recibido se encuentran el otorgado en 2016 por la revista Shock (Colombia) y La Golondrina de Plata (2017), en el festival del

---

<sup>49</sup> La gaita hembra lleva la melodía, mientras que la macho realiza el acompañamiento.

mismo nombre celebrado en Montería (ciudad de la costa caribe colombiana, a unas cinco horas de Barranquilla por carretera).

Han realizado presentaciones en escenarios Nacionales e internacionales: 2013 - Fiesta de la música (Barranquilla), “Erase una vez en la Arenosa”, celebración de los 200 años de Barranquilla, Festival Nuits Métis (Marcella-Francia), Festival Oasis Bizzart (Francia). 2014 -Temporada de conciertos Comfandi, Banco de la República y Alianza Colombo Francesa, Cali. 2015 - Barranquijazz (Barranquilla), Santo Domingo Jazz Festival (República Dominicana), Feria Internacional de la Música de Guadalajara (México), Teloneros de Manu Chao (Barranquilla). 2016 - Festival Jaguar en Palomino (Colombia), Búcaro Ecofes en Bucaramanga (Colombia). Y dentro de su discografía tienen: Bozá, rumor de gaita (2016) y “En la juega” 2017.

### Stereocuco

Stereocuco es una agrupación creada en 2010 en Barranquilla, conformada por artistas provenientes de distintos lugares, pero con sus ritmos y las temáticas de sus canciones amarradas a Barranquilla y al Caribe colombiano. Definen sus composiciones como “costumbristas y urbanas” y su estilo como “música de todos y para todos en un concepto Étnico- Urbano”.



**Imagen 42. Logo Stereocuco** (Harold Lozada Photography, s.f. <https://haroldlozada.com/stereocuco-branding>). Stereocuco: 1. Dícese del colectivo musical que crea y mezcla sonoridades de las músicas tradicionales del Caribe junto a géneros urbanos y electrónicos (beats); letras frescas y originales basadas en el día a día del hombre latino e idiosincrasia del ser caribeño, unidas a ritmos que incitan al baile, la rumba y la ‘bacanería’<sup>50</sup>. (Facebook oficial de Stereocuco)

La agrupación está conformada por artistas en sus 30s. Marlon Peroza es el vocalista y compositor de Stereocuco, nacido en Montelíbano (población de la costa Caribe a 6-7 horas de Barranquilla). Inició sus estudios musicales en la gaita, a los 12 años, con maestros de la región y posteriormente se ubicó en Barranquilla donde se licenció en música en la Universidad del Atlántico. Además de Stereocuco, creó hace más de diez años una agrupación de gaita tradicional a la cual llamó Pueblo Santo, con ella ha tenido la oportunidad de participar en

---

<sup>50</sup> Bacanería = buen rollo

festivales nacionales e internacionales y en 2020 fueron nominados al Grammy Latino en la categoría de mejor álbum folclórico.

Por otra parte, Andrés Gutiérrez 'Andrews Malandrews' de Santa Marta, es músico empírico, productor de radio y televisión. Se encarga de la batería y multipercusión. También está vinculado como percusionista a la agrupación Systema Solar. Camilo Sarmiento 'Dj Tete', de Bucaramanga (ciudad ubicada en la región andina colombiana), es Dj y percusionista de Stereocuco. Por su parte, Dave Pacheco - quien nació en New Jersey / Estados Unidos pero su padre es de Soledad (municipio del área metropolitana barranquillera) - es licenciado en música de la Universidad del Atlántico y el encargado de la guitarra, bajo y los coros; comenta Marlon que "venía influenciado del rock del funk y del jazz" (entrevista, 2017). Por último, están Jabiz Tuff, ingeniero de sonido, nacido en Cartagena de Indias y Harold Lozada, quien se encarga de los visuales (VJ), es fotógrafo y artista visual.

A diferencia de las otras agrupaciones, sus presentaciones, hasta el momento, han sido a nivel regional: 2011- Inauguración del Hospital Local de Montelíbano, Live Music Hall (Barranquilla), Tienda Mono (Barranquilla), Mercado Cultural del Caribe (Cartagena de Indias), Sonparei (Barranquilla). 2012 - Noche del Rio (Carnaval de Barranquilla), Carnavalada (Carnaval de Barranquilla), Berbetronik 5 (Barranquilla), Feria Ganadera-Montería (Colombia), Sierramarfest - Santa Marta (Colombia), Shockfest - Barranquilla (Colombia), Shockfest -Bogotá. En esta última ganaron el premio que otorga la revista Shock. (Mercado Cultural del Caribe, 2012 [http://laplataforma.net/?parent\\_sec=225&p.=2848#](http://laplataforma.net/?parent_sec=225&p.=2848#))

## Gastronomía, Chef Alex Quessep

En el ámbito de la gastronomía, abordamos al chef Alex Quessep de Sincelejo (ciudad costeña a tres horas de Barranquilla), quien lleva residiendo en Barranquilla más de 20 años. Es descendiente de inmigrantes sirio-libaneses, lo que ha influenciado directamente su forma de ver la cocina y a su propuesta culinaria, por una parte, porque "... venía de una familia colombo-árabe que giraba en torno a la cocina. Entonces, crecí como en un entorno valorativo, desde el punto de vista del alimento, ritual podríamos decirlo. El alimento como un elemento central, como un elemento que congrega" (entrevista, 2015); por otra, esto lo ha llevado a tener en cuenta, en sus propuestas, su herencia árabe y las múltiples cocinas que alimentan el acervo gastronómico del Caribe colombiano.

Es arquitecto de formación, durante pocos años ejerció la carrera, pero posteriormente se adentró como cocinero empírico en el campo de la gastronomía, para más tarde formarse como Técnico Profesional en Cocina en el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje, entidad pública de orden nacional adscrita al Ministerio del Trabajo), Barranquilla; Le Cordon Blue en Lima, Perú; y en el Instituto Mariano Moreno de Buenos Aires, Argentina.

Es dueño del restaurante Zaitun (aceituna en árabe), donde fusiona la comida caribe con la mediterránea. Actualmente el restaurante cuenta con sedes en Barranquilla (la primera), Cartagena de Indias, Sincelejo y Bogotá. Ha sido profesor de historia de la cocina de la gastronomía en el colegio de gastronomía Gato Dumas (Barranquilla), ha dictado charlas y talleres en festivales gastronómicos y congresos en distintas partes del país. Del mismo modo, ha sido

jurado de concursos y ferias gastronómicas. Durante un par de temporadas fue chef / presentador del programa de cocina 'Lo Sabe Quessep, la cocina que cuenta historias', transmitido por Telecaribe.

Hace parte de una convivia de Slow Food, movimiento fundado por el italiano Carlo Petrini a finales de los 80's, el cual promueve el placer y el conocimiento alrededor del alimento y la salvaguarda de las gastronomías regionales. Forma parte, igualmente, del colectivo de cocineros *Fogón Colombia*, cuyos objetivos principales son promocionar la gastronomía colombiana y a Colombia como un destino gastronómico, y apoyar a los productores campesinos nacionales. En 2015 creó la fundación *Cocinando Alegría*, con la cual busca desarrollar proyectos de manera sostenida con comunidades, que les faciliten el desarrollo de proyectos de vida a partir de economías sostenibles. También en 2015 publicó el libro *La presencia árabe en la cocina del Caribe colombiano*, con el apoyo y difusión de la Cancillería Colombiana, dentro del plan *Diplomacia gastronómica*. La publicación fue resultado de un trabajo de investigación hecho en conjunto con la antropóloga Silvana Bonfante y el apoyo de la *Fundación Erigaie* (grupo de investigadores centrado en estudios etnoarqueológicos y medio ambientales). Ese mismo año, realizó un viaje por Argelia, Líbano y Marruecos para la difusión de la obra.

Su trayectoria culinaria ha sido reconocida durante tres años seguidos (2012, 2013 y 2014) por la revista *La Barra*, especializada en gastronomía, ubicándolo entre los tres mejores chefs de Colombia. Por otra parte, recibió un homenaje, en 2015, a su vida y obra en el Congreso Gastronómico de Popayán (el más antiguo del país, con 18 años de existencia).



**Imagen 43. Alex Quessep en la feria gastronómica Sabor Barranquilla, 2014.** (Página oficial del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) <https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=1390> acceso abierto)

Alex Quessep, ha venido realizando trabajos de investigación e intervención en torno a las cocinas de la región con distintas instituciones. El proyecto *Atlántico destino de talla mundial*, con la gobernación del departamento del Atlántico. Trabajaron en nueve municipios para fortalecer la oferta turística de los mismo. Con el Ministerio de Cultura el proyecto *Atlántico cocina tradicional y biodiversidad*, en torno a la identidad y el patrimonio. Igualmente, con el Ministerio en el departamento de Sucre (costa caribe colombiana), desarrolló *Amasijos de Sucre*, un inventario de la variedad de bollos (envueltos) del departamento. Por otra parte, con la UNAD (Universidad Nacional a Distancia) y el Museo del Caribe llevó a cabo *Por las rutas de la gloria y la alegría* en el barrio

Rebolo de la ciudad de Barranquilla, con el fin de fortalecer la oferta turística/gastronómica en el barrio a partir de una ruta cultural.

A través de estos emprendimientos culturales, podemos apreciar un perfil característico tanto de quienes los crean, como de aquellas personas que acceden a ellos y consumen sus productos. En términos generales, son personas con formación universitaria, que atraen a un público urbano -adultos jóvenes en su mayoría- con una formación similar. Población que no sólo cuenta con cierto capital cultural y social, sino también con suficiente capacidad de movilidad y/o poder adquisitivo en la urbe para acceder a los espacios donde dichas iniciativas se desarrollan. El consumo de estos productos culturales por parte de un fragmento de la población urbana tan reducido y la generación de espacios en torno a estas propuestas – los cuales se concentran en el norte de Barranquilla-, evidencian la fragmentación de la ciudad, así como la reproducción de la segregación del espacio urbano.

Estas propuestas generan una lógica reticular en un espacio intersticial entre la cultura popular amarrada a lo tradicional y las propuestas más comerciales que se articulan con el mainstream del mercado cultural globalizado. Del mismo modo, rompe con las visiones que dividen la cultura popular de las artes formales y generan espacios alternativos al mainstream, al consumo de masas, apropiándose de lo étnico -considerándolo auténtico- a través de la cultura popular del Caribe, siguiendo una lógica identitaria en el marco de la cual pretenden fomentar el sentido de pertenencia con la ciudad y la región Caribe.

Estas formas de creación y su consumo encajan con el proceso de etnogénesis y el proyecto identitario regional nacionalista que ya esbozábamos en el capítulo anterior. Es un proyecto donde prima la pertenencia al referente caribe -frente a culturas y prácticas del interior andino principalmente-, el cual ha sido impulsado en gran parte por los intelectuales de la región en el marco de un discurso autonómico político, pero sobre todo económico.

Los discursos en torno al fortalecimiento del referente caribe no sólo articulan a estos emprendimientos culturales con un proyecto identitario regional en desarrollo y con una forma particular de diferenciarse e interactuar simbólicamente con 'el interior', también los articula y conecta a circuitos y discursos culturales transnacionales. Lo vemos claramente cuando observamos los distintos espacios donde se han desarrollado sus presentaciones, así como las nominaciones y premios que han recibido. Se encuentran insertos en el mercado étnico internacional, donde la exaltación de las raíces constituye uno de los pilares fundamentales

En dicho mercado étnico, aunque las plataformas de producción y lanzamiento de productos se encuentren frecuentemente en grandes metrópolis (París, Nueva York, Bogotá, por ejemplo), los insumos para su producción surgen de la periferia, en 'lo auténtico' e incluso a veces en lo marginado; en aquello que, aunque cotidiano, se encuentra alejado del mainstream comercial (Figolé, 2014). "Existe una relación intrínseca entre el creciente *mainstream* cultural global y la consolidación de lo íntimo, único y diferente como sistema de valor que permite a los humanos discriminarse entre sí. La identidad" (Pfeilstetter, 2014, p. 2716). La globalización se ha caracterizado por esa tensión constante entre la

mundialización y la revaloración o reivindicación de lo local e identitario (como *commodity*, en nuestro caso de estudio). Como apreciamos, en la presente investigación, la tensión se manifiesta en el contexto urbano como espacio glocal (Brenner, 1999) y a través de los emprendedores como agentes articuladores de esta (Pfeilstetter, 2014).

Como ejemplo de ese mercado étnico tenemos a la World Music o música del mundo, la cual ya hemos mencionado con anterioridad. La World Music es un concepto surgido hace varias décadas (entre los 80 e inicios de los 90) para aglutina múltiples géneros musicales de diversas procedencias alrededor del mundo; en principio, producidos desde pequeñas casas discográficas, más adelante también comercializados por los grandes sellos, al percibir la apertura de un nuevo nicho de mercado a nivel global. Lo que caracteriza a esta categoría es que se centra en manifestaciones culturales locales, aquello que se percibe como tradicional o amarrado a las raíces de un contexto específico e incluso a propuestas, igualmente locales, que han surgido inspirados por dichas músicas. A través de la comercialización bajo la categoría 'música del mundo', se pretende articular lo local con lo global en un proceso de desterritorialización simbólico bastante común en la modernidad; el mundo es uno, el mundo somos todos, en esa medida la música es de todo, al fin de cuentas está allí para quien la quiera/pueda comprar, descontextualizándola muchas veces a través de su mercantilización. El discurso de autenticidad construido desde esta categoría remite a lo natural, espiritual y le vínculo con las raíces, como expone Ochoa "El ser que da acceso a ese mundo interior es obviamente el otro descontextualizado: África, Asia, América Latina y Australia, pero sin la opacidad

de sus conflictos” (2002). Un acceso a lo étnico y exótico desde una perspectiva distanciada y aséptica.

Tanto quienes comercializan como quienes consumen este tipo de productos cuentan con un capital cultural, social e incluso político, el cual les posibilita generar y negociar significaciones en torno a las identidades configurándose de esta forma como agentes en procesos identitarios urbanos (Moncusí, 2017). Es desde estas posiciones de poder en el marco de la generación y negociación de discursos y dinámicas identitarias que las iniciativas que abordamos en el presente trabajo son capaces de entablar diálogos con las elites políticas estatales. Es una negociación -entre élites- de poder político y social desde el capital cultural a través de la figura del emprendimiento cultural. Convirtiéndose en una dinámica que reproduce el statu quo social en el marco de la construcción de nación y ciudad.

A continuación, haremos una aproximación al marco legislativo sobre industrias culturales en Colombia, a partir del cual le es posible a los emprendimientos culturales entablar interacciones y negociaciones con el Estado, en busca de reconocimiento y apoyo económico. De hecho, el apoyo económico implicaría reconocimiento, no sólo del trabajo en pro al fortalecimiento del sentido de pertenencia sino también, a la larga, de lo Caribe como proyecto de región.

## **Industrias y políticas culturales desde el Estado colombiano**

### **Economía naranja y políticas públicas**

El sector cultural en el que se enmarcan las iniciativas a las cuales nos aproximamos en el apartado anterior es regulado, en Colombia, por el Ministerio

de Cultura (Mincultura), entidad encargada de” formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural.” La definición que sobre ella nos brinda la entidad, es una declaración de intenciones frente a la realidad que atraviesa uno de los países más desiguales del planeta, golpeado por más de medio siglo de conflicto interno armado, en el cual diversas agrupaciones y personas se encuentran trabajando en torno a la reconstrucción de la memoria colectiva y el tejido social

El Ministerio de Cultura propenderá por una Colombia creativa y responsable de su memoria, donde todos los ciudadanos sean capaces de interactuar y cooperar con oportunidades de creación, disfrute de las expresiones culturales, en condiciones de equidad y respeto por la diversidad. (Web oficial Ministerio de Cultura de Colombia, <https://www.mincultura.gov.co/Paginas/default.aspx>)

Fue fundado en 1997 a partir de la desaparición de Instituto Colombiano de Cultura -Colcultura (1968-1997) -institución que hasta ese momento se encargaba del sector cultural y la cual dependía del Ministerio de Educación-, y respondiendo a la expedición de la Ley General de Cultura, la cual además de reconocer la responsabilidad del Estado frente a la financiación de la cultura como un derecho universal, la caracteriza igualmente como un sector productivo (Congreso de Colombia, 1997).

En términos de políticas culturales, Colombia ha sido considerada como referente y pionera en la Latinoamérica, como expone Alcira Sandoval (2017), especialista en cultura de la UNESCO. Entre otras cosas, en 2013, el país se acogió a la Convención 2005 de la UNESCO sobre la protección y promoción de la

diversidad de las expresiones culturales, lo que le abrió la puerta para recibir asesoramiento y recursos por parte de esta entidad en torno a las políticas y actividades que se desarrollen en el marco de los objetivos de la convención.

Por otra parte, en 2002 se constituyó un sistema de información económica para el campo cultural: la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) adscrita al DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), con el fin de generar información sobre el impacto económico y social de las industrias culturales que pueda ser útil, entre otras cosas, para el diseño de políticas públicas.

De acuerdo con los análisis realizados por el DANE, las industrias culturales estarían aportando entre un 3,3% y 3,5% del PIB nacional. Es interesante apuntar, sin embargo, que gran parte de la industria cultural colombiana se concentra en Bogotá, la capital, lo cual evidenciaría un desarrollo bastante desigual de la misma en el país.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, para el 2016 la ciudad reunía cerca del 92 % de los servicios creativos, el 90 % de las productoras audiovisuales, el 73 % de las empresas de contenidos digitales, el 55 % de los estudios de videojuegos, el 65 % de las empresas de comunicación gráfica, el 40 % de la industria de música en vivo y el 38 % del mercado de moda del país (Invest in Bogotá, <https://es.investinbogota.org/>).

Dentro de los últimos pasos que en términos legislativos se han dado a este respecto, encontramos la aprobación de la “Ley Naranja”, el 13 de mayo de 2017, por medio de la cual se busca fomentar las industrias creativas

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene como objeto desarrollar, fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas. Estas serán entendidas como

aquellas industrias que generan valor en razón de sus bienes y servicios, los cuales se fundamentan en la propiedad intelectual.

Artículo 2°. Definiciones. Las industrias creativas comprenderán los sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellas que generen protección en el marco de los derechos de autor. Las industrias creativas comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de 'artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

Ha habido posiciones divididas sobre la misma, desde considerar que les hace el juego a las políticas del BID y por ende a los intereses de Estado Unidos sobre el sector<sup>51</sup>; considerarla poco original, demasiado general, y poco explícita en los mecanismos y herramientas que posibilitaría su implementación; hasta verla como una herramienta necesaria y pionera para el desarrollo de las industrias culturales en el país. Sin embargo, como planteó Alcira Sandoval: “En otros países se han aplicado sin éxito este tipo de leyes. Veremos qué ocurre en Colombia” (Martínez, W., 2017, párr. 11)

Mincultura cuenta con ocho direcciones técnicas: Dirección de Artes, Dirección de Patrimonio, Dirección de Cinematografía, Dirección de Comunicaciones,

---

<sup>51</sup> No hay que olvidar que su ponente, el entonces Senador de la República y actualmente presidente de Colombia, Iván Duque, trabajó en el BID como jefe de asuntos culturales, solidaridad y creatividad.

Dirección de Fomento Regional, Dirección de Poblaciones. La Dirección de Artes, se sustenta en la Política de Artes. Esta dirección no sólo se encarga (en términos de diseño y concertación de políticas e implementación de planes estratégicos) de promocionar lo que denominan “los lenguajes básicos de la expresión artística: música, teatro y circo, literatura, danza y artes visuales”, sino que también promueve las manifestaciones híbridas, propias de culturas ancestrales o las que surgen de la experimentación y la investigación contemporáneas” (Mincultura, 2015, p. 40). De tal forma, más allá de lo propuesto en la Política de Artes, el campo de acción resulta bastante amplio y abarcante, dándole cabida a la experimentación y la innovación.

Esta política, se encuentra centrada en los campos artísticos anteriormente mencionados: música, teatro, literatura, danza y artes visual, habiéndose formulado una política cultural para cada uno de ellos. Los aspectos comunes que podemos apreciar en ellas son: el interés por fomentar la democratización, participación y descentralización de las artes, así como la difusión, investigación y formación en las mismas; de manera sostenible y teniendo como referente importante el respeto por la diversidad cultural. Ello se evidencia en el objetivo general de la política de arte, el cual reza:

El objetivo central de la política es valorizar y fortalecer las diferentes dimensiones y/o componentes del campo artístico en todo el país, como modo de conocimiento, creación y producción, tanto simbólica como económica, y crear condiciones para la discusión, debate y autorregulación de las prácticas artísticas mediante la articulación de la creación con procesos de investigación, formación, circulación, producción y apropiación

en un marco de pluralismo, inclusión y diálogo cultural. Con ello se aspira a consolidar valores de convivencia, democracia y cohesión social, entendidos como los procesos de consenso y disenso de sus agentes al interior del campo artístico y en relación con otros. (p. 96)

Por otra parte, la definición de arte que fundamenta la política de artes del Ministerio de Cultura hace énfasis en el aspecto creativo y transformador de las expresiones artísticas, como vemos a continuación:

Podríamos decir que el arte se constituye como dimensión creadora y transformadora de la cultura y, una vez se asimila y se integra, se perfila como parte de la cultura ya constituida. (...) Asumimos que las artes se entienden como prácticas, experiencias y pensamientos mediados por la percepción, la emoción, el sentimiento, la imaginación y la razón. Modos de ser del pensamiento con alcances cognoscitivos y características singulares distintos al conocimiento científico y al conocimiento del sentido común, antropológico o cultural (...) Para nuestro caso, las prácticas artísticas, por su misma fuerza creadora, más que preservar, renuevan la diversidad cultural y estética. Y, por tanto, más que promover una opción particular de arte o cultura, se trata de favorecer la existencia, el diálogo y la concertación con ellas, como distintos posicionamientos y modos de significar el mundo. (p. 85)

Por ello, y el carácter de sector productivo -anteriormente mencionado- que se le viene reconociendo a la cultura, resulta pertinente abordar dos de los programas transversales del Ministerio: el de Emprendimiento Cultural y el Programa Nacional de Estímulos, igualmente respaldados por sus correspondientes políticas.

En área del emprendimiento cultural se ha formulado la *Política para el emprendimiento y las industrias culturales*, la cual, de acuerdo al Ministerio de Cultura “se centra en la generación de un entorno adecuado para la creación y el fortalecimiento de proyectos culturales sostenibles, como factor relevante para el desarrollo local” (p. 34); considerando que el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas propias, en el marco de la valoración de los activos culturales locales, se constituye en una oportunidad para alcanzar un desarrollo sostenible, de acuerdo al *Compendio de Políticas Culturales* (p. 553), publicado en la página oficial del Ministerio. Esto se apoya igualmente en la *Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales en Colombia*, un documento CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social, del Departamento Nacional de Planeación), publicado en 2010, cuyo objetivo central es “aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales, y alcanzar elevados niveles de productividad” (párr. 1)

Con este fin, en el marco del Emprendimiento Cultural se proponen (Mincultura, 2015, p. 34):

- Estrategias formativas con énfasis en innovación, gestión, emprendimiento y asociación entre los agentes del sector.
- Formación dentro de los Laboratorios Sociales de Emprendimiento Cultural (LASO): espacios para la creación de contenidos culturales con herramientas digitales y el desarrollo de competencias para el emprendimiento cultural y la generación de unidades productivas.

- Fuentes de financiación para el sector cultural a través de aliados estratégicos como Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), e INpursa con créditos condonables, así como con BANCOLDEX y Fondo Nacional de Garantías (FNG), mediante el acceso a créditos no condonables con tasas preferenciales para el sector. D<sup>T</sup> Fomento a la circulación de productos y servicios culturales, a través del fortalecimiento de mercados culturales nacionales (Mercado Cultural del Caribe, Mercado Insular de Expresiones Culturales, Circularart, entre otros). De la misma forma, se apoya la participación de emprendedores culturales en escenarios de estas características en el ámbito internacional, mediante los estímulos para la circulación de emprendedores del Programa Nacional de Estímulos y de la Estrategia de Internacionalización de la Música Colombiana, llevada a cabo en alianza con Proexport.
- Creación de portafolios digitales a través de [www.emprendimientocultural.org](http://www.emprendimientocultural.org)
- Generación y difusión de estudios e investigaciones sobre el sector cultural, su relación con la economía nacional, sus tendencias a nivel internacional y los retos para su fortalecimiento.
- Articulación interinstitucional, orientada a la formulación y consolidación de políticas públicas de carácter nacional y regional, que favorezcan el desarrollo y competitividad de los emprendedores culturales en el país.

Por otra parte, el Programa Nacional de Estímulos es un programa de incentivos para personas naturales e instituciones que busca fomentar la formación, investigación, creación y circulación de productos en el sector artístico y cultural.

En el marco de este programa se lleva a cabo una convocatoria anual para otorgar estímulos en forma de becas, pasantías y premios, dirigida a “artistas, creadores, investigadores y gestores vinculados al sector artístico y cultural del país”, entre otras, en las áreas de “archivos, artes visuales, danza, literatura, música, primera infancia, teatro y circo, bibliotecas, comunicaciones (televisión y radio), cinematografía, emprendimiento cultural, fomento regional, lingüística, antropología e historia, legislación cultural, patrimonio, poblaciones, proyectos museológicos e iniciativas de memoria.” (pp. 20-21).

A pesar de que la política sobre artes hace énfasis en la creatividad y en la pluralidad de expresiones en las manifestaciones artísticas, el arte culinario no es tenido en cuenta en este apartado. La cocina, dentro de las políticas del Ministerio, se encuentran articuladas más a las políticas de turismo cultural y patrimonio, lo cual se hace visible en la *Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales colombianas, de 2009*. Por otra parte, se encuentra reconocida dentro de las industrias culturales y creativas del país, principalmente a través del turismo cultural; además podemos apreciar en el CONPES de Industrias culturales que recoge al conocimiento tradicional y al patrimonio cultural como parte de estas, lo cual se articula directamente con la política de salvaguarda y fomento anteriormente mencionada.

Esta política para la salvaguarda y el fomento de las cocinas tradicionales conjuga el interés en las mismas como patrimonio y su potencial comercial, concentrándose en que “los conocimientos y tradiciones populares asociados a la producción, preparación y el consumo cotidiano de alimentos constituyen uno

de los pilares del patrimonio cultural inmaterial de la nación” (p.9), pero igualmente resaltando la importancia que ha venido adquiriendo en el sector productivo generando empleo.

Tenemos, por una parte, los planteamientos de las instituciones encargadas de gestionar el ámbito cultural en el país y, por la otra, las propuestas de las iniciativas artísticas anteriormente mencionadas. Podemos apreciar como estas confluyen en distintos puntos y que, a pesar de las desavenencias y enfrentamientos entre ellas, los emprendimientos creativos, más que representar una fuerza contestataria frente a las políticas estatales, encajan, en términos generales en la institucionalidad de estas.

En esa medida, la definición de cultura que se vislumbra en su definición como entidad que busca de algún modo la protección de la memoria social a través de la creatividad, teniendo en cuenta y respetando la diversidad, sería acorde a los objetivos de los colectivos e iniciativas artísticas que abordamos en el presente trabajo. En teoría, ambos buscan la preservación y/o reconstrucción de la memoria colectiva, ya que la perciben en riesgo, en un proceso de pérdida progresiva. Es así, como apreciamos intentos de construcción de memoria que responden a la invención de la tradición (Hobsbawn, 1983), desde los referentes marcados por las instituciones y emprendimientos creativos.

Si bien, la cultura es vista desde ambos como un universo diverso y creativo articulado a la memoria, del mismo modo es percibida como un sector productivo y es aquí donde se presentan contradicciones en la práctica. La regulación de dicho sector productivo por parte del Estado (a través de las recientes iniciativas en torno a la economía naranja), ha llevado en Colombia en muchos casos a la

marginación de las expresiones que no encajen dentro del objetivo de productividad o que se consideren subversivos frente a las ideologías imperantes. La creación artística como expresión de protesta, de reivindicación social e incluso de reconstrucción de memoria colectiva, sobre todo en el marco del conflicto armado nacional, en el mejor de los casos son ignoradas, cuando no censuradas y/o reprimidas<sup>52</sup>.

En cuanto a la productividad, las iniciativas creativas que abordamos son relativamente desconocidas en el contexto barranquillero. En el caso de la música, esto se encuentra relacionado, en parte, a un relativo desinterés de la industria musical nacional en promocionar propuestas consideradas no comerciales o 'alternativas', así como las músicas tradicionales de las distintas regiones del país. Son pocas las emisoras que programan este tipo de música y muchas de ellas tienen un público limitado, como es el caso de las emisoras comunitarias.

Uno de los ejemplos más representativos en Barranquilla es la emisora comunitaria *VoKaribe*, de la cual Walter Hernández, vocalista de Systema Solar, es cofundador y director. Ubicada en La Paz, un barrio popular en la zona suroccidente de Barranquilla -considerado conflictivo en ocasiones-, *Vokaribe* le brinda espacio a nuevas propuestas musicales que normalmente no circulan en

---

<sup>52</sup> Uno de los casos más recientes se presentó en Bogotá (2019) alrededor de un mural sobre los 'falsos positivos', crímenes de estado llevados a cabo por las fuerzas militares. A día de hoy se estima que más de 6400 jóvenes colombianos fueron engañados y asesinados por el ejército para hacerlos pasar por guerrilleros, siguiendo programas de incentivos, aunque aún están saliendo casos a la luz. El fenómeno está siendo investigado por la Jurisdicción especial para la paz (JEP), sistema de justicia transicional que surge a partir de los acuerdos de paz con las FARC. El mural denominado ¿Quién dio la orden? impulsado por el Movimiento de Víctimas de Crímenes de Estado (MOVICE), mostraba el rostro de varios cargos del ejército investigados por estos crímenes. Dicha obra fue borrada por el ejército y sus creadores intimidados, dando pie a que la imagen del mural se volviera viral en redes sociales.

las emisoras comerciales. Igualmente, a nivel nacional, está *Radionica*. Ella es parte del *Sistema de Medios Públicos* (RTVC) de Colombia que, en sus palabras “se ha concentrado en el apoyo al mercado musical independiente de Colombia” (web oficial).

Entre el requerimiento de la payola para la rotación de su música y la falta de organización y agremiación en el sector con el fin de acceder a los recursos ofrecidos por el Estado, gran parte de la promoción y comercialización de sus productos está en las manos de cada agrupación. Es allí donde las redes sociales, las plataformas digitales y la consolidación de otros circuitos de circulación juegan un papel fundamental. Facebook, Twitter, Instagram, SoundCloud, Spotify, entre otros, son espacios que no sólo les sirven para informar sobre sus actividades y proyectos, sino para promocionar y comercializar sus productos. Sin embargo, no resultan suficientes a la hora de intentar ampliar el público y la inversión en el sector.

Todo aquello que no lleve a la productividad económica y a la inserción en el sector cultural del mercado neoliberal globalizado, en la práctica, es frecuentemente marginado e invisibilizado, tanto por parte de agentes locales como del Estado. Sin embargo, esto ha ocurrido sólo de forma parcial en el caso de los colectivos a los que nos referimos. Si bien algunos de ellos intentan alzar una voz de protesta social e incluso política a través de su producción cultural, al seguir jugando en términos generales bajo las normas del mercado, no ven amenazada radicalmente su existencia. Incluso aquellas iniciativas que se mueven en mercados alternativos, relativamente no tan masificados, se desenvuelven en circuitos de productividad que alimentan el mercado neoliberal

global, nutrido por el consumo de las clases medias ‘cultas’ con acceso a dichos circuitos. Ellas, sin embargo, se ven marginadas del mainstream al no adoptar todas las reglas de juego. En el caso de los grupos musicales, por ejemplo, a través del pago de la payola<sup>53</sup>, que no pocas emisoras de gran audiencia nacional requieren para que su música sea transmitida.

### Gestión y emprendimiento cultural en Barranquilla

En el contexto local urbano al que nos estamos refiriendo la entidad encargada de regular las políticas en torno a las artes es la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla, institución que depende directamente del Ministerio de Cultura de Colombia. Inicialmente fue constituido en 1995 como Instituto Distrital de Cultura, para luego pasar a ser Secretaría, dependiente del Ministerio. Actualmente la Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla, según su perfil de LinkedIn (<https://es.linkedin.com/company/secretar%C3%ADa-de-cultura-patrimonio-y-turismo-de-barranquilla>) “...es el órgano rector, administrador y ejecutor de las políticas públicas culturales, de patrimonio y de turismo en el Distrito de Barranquilla para garantizar el acceso democrático a los derechos culturales en equidad de género e inclusión social; y fomento al turismo”. En este marco, establece cuatro líneas de acción: Formación artística, patrimonio, agenda cultural y oferta turística. Dentro de los programas específicos que maneja, se

---

<sup>53</sup> La payola o “pago que hace un músico a un medio de comunicación para que lo promocióne” (RAE), también conocida como ‘pay to play’, es una práctica generalizada no sólo en los medios colombianos y generalmente determina el tiempo de emisión de los artistas. Puede ser visto como un soborno, pero en Colombia no hay legislación que la regule.

encuentra uno sobre identidad cultural denominado *Más Cultura para Todos*, el cual pretende

Estimular la identidad y la vocación natural de Barranquilla desde la educación primaria y secundaria. Convertir la cultura en un motor para desarrollar nuestra prosperidad social y económica, motivando la reflexión sobre los procesos y las relaciones históricas, ambientales y socioculturales, que a lo largo del tiempo han configurado la diversidad del Caribe Colombiano (Web oficial Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo).

Y otro, denominado *Gran Ciudadela Cultural*, el cual

Busca establecer centros de desarrollo cultural donde todas las expresiones artísticas, las escuelas de formación en cada una de sus manifestaciones, las muestras permanentes de nuestra culinaria y riqueza artesanal se puedan encontrar en escenarios al aire libre. Donde nuestros pintores, escultores, escritores, poetas, músicos puedan exhibir su creatividad y su talento.

Vemos cómo los intereses entre los emprendimientos que abordamos y los planteamientos desde las políticas públicas siguen convergiendo, al considerar a la identidad y la diversidad de la región dentro de sus planteamientos. En este marco, se sostienen las Casas Distritales de Cultura y la EDA (Escuela Distrital de Artes y Tradiciones Culturales). De igual forma, y en sintonía con las políticas nacionales, la Secretaría cuenta con un Portafolio Distrital de Estímulos, a través del cual, por medio de una convocatoria anual, ofrece becas, reconocimientos y estímulos para el emprendimiento cultural y las artes.

La cultura se propone como otro motor económico dentro del modelo de desarrollo y ciudad que se ha venido planteado, centrado en el comercio.

Teniendo en cuenta el modelo de sociedad y políticas neoliberales que sostienen estos planteamientos, podemos considerar que, a través de ellos, se sientan las bases para la mercantilización de referentes históricos, ambientales y socioculturales.

A pesar de este, al parecer, alentador panorama a través de la visibilización de las artes en la legislación nacional y en el contexto urbano barranquillero, el desarrollo de las industrias culturales -en las cuales las iniciativas artísticas se encuentran inmersas- va a paso lento y plagado de contratiempos. Históricamente las inversiones públicas en Barranquilla se han centrado en el interés por el desarrollo del sector comercial, sin mucho interés en las artes, como plantea Ramón Bacca, "...Barranquilla es una ciudad que está interesada en las letras de cambio, no en las letras literarias..." (entrevista, 2018). Lo que nos sigue mostrando la tendencia a un modelo de sociedad neoliberal, donde la competitividad, la producción económica, y todo lo que aporte a ella, juegan un papel central y se perciben como la columna vertebral para la producción y reproducción de la ciudad, tanto en término de espacios como de interacciones. En los últimos años, dicha priorización del comercio y la industria han aumentado, respondiendo al interés de los gobiernos nacionales de fortalecer a Colombia como país minero y exportador, llegando incluso a declarar a Barranquilla como la capital del TLC. El tratado de libre comercio con Estados Unidos, aprobado en 2011, se encuentra en proceso de implementación y están en la mira otros acuerdos comerciales con Japón y Australia, entre otros. Siendo Barranquilla, la ciudad más grande de la costa caribe colombiana y uno de los principales puertos comerciales del país sobre el Caribe, se espera de ella, por parte del gobierno

nacional, una considerable participación en las crecientes actividades comerciales de Colombia hacia el exterior.

El último gobierno del presidente Juan Manuel Santos, estableció cinco 'locomotoras' para el desarrollo del país, dentro de las cuales se encuentran: vivienda, minería, agricultura, infraestructura e innovación. De ellas, sin lugar a duda, la que ha recibido mayor atención ha sido la minería, dejando a las demás en segundo lugar o prácticamente inactivas. Por otra parte, dentro de la innovación se ha privilegiado aquella en el campo de la ciencia y la tecnología, dejando de lado la innovación que se pueda presentar en otros sectores. Desde esta perspectiva, es evidente el desinterés del gobierno central por la inversión en políticas y estrategias de apoyo a la cultura y a las artes.

Si bien, el paradigma del emprendimiento como jalonador de la economía nacional se encuentra presente desde hace más de dos décadas, el interés sobre el mismo se ha centrado en los sectores tradicionales de la economía; una economía que ha privilegiado al sector extractivo y, en casos como el de barranquilla al comercial, dejando de lado e la práctica, aunque como vemos no en el discurso, a las industrias culturales. Podemos apreciar una tímida aproximación por parte del estado en el planteamiento de estas políticas culturales, sin embargo, el engranaje para apoyar y fomenta la producción cultural no se encuentra estructurado.

Desde este punto de vista, se presenta un panorama complicado y poco prometedor para las artes y las empresas culturales en la región Caribe, ya que las élites políticas y económicas de la misma, se encuentran alineadas con las dinámicas nacionales en su interés por privilegiar la inversión en el comercio en

la ciudad y los recursos públicos que se destinan -a cualquier sector en la región- se encuentran constantemente amenazados por la corrupción rampante que permea todos los sectores de la sociedad. Ello aunado a la inestabilidad e inconstancia de los funcionarios locales, los cuales tienden a cambiar cada vez que hay un cambio de gobierno distrital o departamental, respondiendo a los intereses y las relaciones de poder de este. Todo ello se refleja, entre otras cosas, en la falta de políticas públicas frente a las artes y el emprendimiento cultural en el distrito.

A pesar de todo, la gestión cultural sigue moviéndose en la ciudad y, aprovechando la nueva legislación en torno a emprendimiento cultural, algunas iniciativas han comenzado a organizarse. Es importante anotar que, no en pocas oportunidades, los gestores culturales son los mismos artistas; son ellos quienes deben hacer toda la gestión de negociación, consecución, creación y consolidación de espacios, con el fin, no sólo de mostrar y vender sus productos culturales, sino también de generar y formar público para los mismos. Esto último se ha constituido en una actividad fundamental de la gestión cultural en Barraquilla en estos momentos pues, más allá de un muy pequeño sector de artistas e intelectuales, realmente no existe un público consumidor y comprador de la producción artística de la ciudad.

Dentro de las estrategias que están proponiendo para la generación de público, encontramos no sólo la apertura de nuevos espacios para la presentación de las propuestas, sino también charlas y talleres enfocados al conocimiento y la apreciación de aquello que se desea vender. Como comenta Marlon Peroza, vocalista de la agrupación Stereocuco:

Pero todo está ligado a la educación, desde ahí se empieza, desde el colegio y la educación se crean las agrupaciones, se crea la conciencia musical, la conciencia musical de las músicas tradicionales, se crea la conciencia musical de las nuevas sonoridades y se crea público, porque es importantísimo hacer público. Yo creo que es más importante que hacer música, porque si no tienes público, ni quien compre lo que haces, vas a ser un gran músico pasando necesidades, exacto. (entrevista, 2016)

Es así, que la educación es vista como cimiento para el consumo cultural, siguiendo la lógica de comercialización donde se enseña – no sólo por la apreciación artística misma- sino para que la mercantilización cultural pueda ser efectiva. Si bien, en muchos casos estos talleres e interacciones tienen este enfoque comercial a futuro, es importante también resaltar las labores que desde artistas y gestores se adelanta con poblaciones vulnerables, víctimas tanto de la guerra interna, como de la violencia estructural que afecta a Colombia. Procesos de resiliencia, recuperación de memoria, exaltación y puesta en valor de elementos locales, fortalecimiento de redes y procesos económicos sostenibles, construcción y reconstrucción del tejido social, son los objetivos centrales de los mismos.

Por otra parte, no es sólo la formación de público la que preocupa en estos momentos dentro de los círculos artísticos de la ciudad. La formación misma de los artistas es vista, por algunos, como deficiente en el campo de la gestión pues consideran que, en general, no se les está enseñando a generar empresa ni a vender sus productos. Ello puede estar influyendo, a su vez, en la falta de agremiación entre los artistas barranquilleros. Nos cuenta Mariano, que la

formación ha sido “...más como administrativa que de emprendimiento... o empresario, de cómo hacer un proyecto como tal” (entrevista, 2015).

Al respecto, observé dos posiciones. Por una parte, quienes hacen énfasis en el hecho de que es el Estado quien debe atender la necesidad de formación tanto del público (desde la educación oficial en las escuelas, hasta otros espacios extraescolares) como de los artistas y encargarse de la apertura y formación de los espacios para la presentación y comercialización de estos. Por otro lado, quienes han asumido que son los propios artistas quienes deben construir y gestionar esos espacios, y lo han hecho. Walter Hernández, vocalista de Systema Solar, nos cuenta sobre algunos artistas

... que arman sus propios sitios de ensayos, gestionan todo. Es decir, es gente que aprendió a estar sin estar pidiéndole a lo público, a una política pública; hay gente que se mamó de eso o que nunca le interesó. O hay unos que sí... o sea, hay de todo, hay todas esas anteriores. O si dan algo bien y si no dan ... bueno listo, ¿no? O: diste esto, bueno bien. Con esto que diste, ahora con esto hacemos la vaina. El mundo de la champeta, todos los artistas nuevos hacen muchas cosas en su casa con computador, fruity loops, con una la tarjeta de sonido, incluso sin tarjeta, o haces esto aquí y luego vas donde el amigo y allá terminas de ... te ayuda a terminarlo, después lo pasas a otro lado, después ya .... Tienen un circuito propio de difusión de música en el barrio y después pasa a los CDs, después va a la verbena, y ahí ya vives el mundo. Hay gente que no va a ningún lado, sólo se mueve en el barrio, no sale de ahí, ya, vive ahí (...) hoy en día aquí en el Caribe, en el Caribe de Colombia, en las ciudades, hay afortunadamente cada vez más

oportunidades y personas que se están organizando con ese perfil de emprender la música haciendo todos los procesos, construyendo un público y generando mientras; generando lo que llaman convencionalmente como tu dignidad, tu... como que eso sea tu vida, sí. (entrevista, 2016)

Esto evidencia la necesidad de un trabajo arduo y que, generalmente se realiza con las uñas. Sin embargo, más que posiciones opuestas, son formas distintas de enfrentarse a las expectativas y posibilidades frente al cumplimiento de los deberes por parte del Estado, las cuales en general son bastante bajas como consecuencia del desinterés y la desestructuración del gobierno local para dar respuesta a las demandas del sector cultural, percibidas por parte de los emprendedores culturales. En definitiva, es un juego entre las oportunidades y respuestas que puedan dar (o no) los gobiernos a nivel nacional y distrital y el interés, la habilidad/posibilidad y la gestión para llegar a los recursos ofrecidos; el gobierno no siempre responde y la gestión no siempre es efectiva.

Se presenta igualmente un descontento constante sobre el interés y aporte de la empresa privada a las iniciativas artísticas en la ciudad. Son pocas las que consistentemente apoyan las artes, ya sea con la aportación de espacios o a través de la financiación. Sin embargo, esto no es de extrañar, como hemos apreciado con anterioridad, esta actitud es coherente con el contexto nacional y urbano en el que se encuentran, con un interés fuertemente dirigido a otras industrias y un público poco formado para el consumo de este tipo de productos culturales. Los empresarios privados locales son producto, en parte, del contexto sociocultural en el que se han desenvuelto, por lo tanto, en este caso un reflejo de este.

Con este panorama de fondo, actualmente se viene adelantando un trabajo conjunto entre distintas entidades públicas y privadas, gestores culturales y artistas en la región. Es una iniciativa propuesta en 2014 desde el *Grupo Emprendimiento Cultural del Ministerio de Cultura* en varias ciudades del país, como una estrategia de descentralización de la política nacional de emprendimiento cultural. El programa se denomina *Nodos de Emprendimiento Cultural* y en el caso de Barranquilla toma el nombre de *Atlántico Creativo y Cultural*. El nodo se encuentra vigente desde 2015 y dentro de su plan de acción estaba hacer un mapeo de la industria cultural y creativa en la ciudad, construir un clúster de cultura y crear un fondo de fomento para la industria. En 2016 publicaron un diagnóstico y análisis sobre la actividad cultural en las siete principales ciudades de Colombia, entre ellas, Barranquilla; en 2017 lanzaron la iniciativa *Aldea Cultural y Creativa*, con el fin de fomentar el apoyo a emprendedores y empresarios de las industrias culturales y creativas.

Por su parte, el *Consejo Regional de Competitividad del Atlántico* -instancia que define las rutas de competitividad del departamento- ha incluido, dentro de su plan de desarrollo, a la industria creativa y cultural. Todo busca facilitar la implementación de políticas públicas acordes con las industrias culturales y creativas de la zona.

Vemos cómo las lógicas de mercado atraviesan a las industrias culturales, se busca encajar la producción simbólica y creativa en parámetros de emprendimiento y competitividad que se ajustan al modelo de sociedad y ciudad neoliberal, la cual como hemos visto en el caso de barranquilla, se encuentra fragmentada tanto a través de la producción de sus espacios como del consumo

cultural. En este contexto, en el siguiente capítulo, abordaremos la mercantilización de referentes identitarios articulados a la cultura popular y la tradición de Barranquilla como ciudad caribe, por parte de los emprendimientos culturales a los cuales nos hemos aproximado.

## CAPÍTULO 4

### COMERCIALIZAR Y CONSUMIR LA CIUDAD CARIBE: MERCADO CULTURAL E IDENTIDAD

En una ciudad como Barranquilla, donde el comercio de bienes materiales ha jugado un papel fundamental en su conformación, podemos apreciar cómo también la comercialización de bienes simbólicos se ha abierto paso. Ello no sólo responde a dinámicas comerciales locales de una urbe que se ha consolidado como centro comercial y que, en las últimas décadas, ha sido profundamente permeada por las políticas neoliberales nacionales, sino también al aumento del flujo y la comercialización de dichos bienes simbólicos que las nuevas tecnologías y redes sociales hacen cada vez más posibles.

A continuación, ahondaremos en la mercantilización – a través de la patrimonialización, resignificación, etnización y exotización- de referentes identitarios articulados a la tradición y la cultura popular de Barranquilla como ciudad caribe, por parte de los emprendimientos culturales que hemos caracterizado.

En el marco de estas dinámicas, la ciudad y la región se ponen en juego a través de estas iniciativas. Barranquilla -como ciudad caribe y espacio de representación- inspira las creaciones de estos emprendimientos y, a su vez, a través de dichas creaciones, la ciudad es expuesta; se construyen representaciones del espacio (Lefevre, 2013(1974)). Por esta razón, abordaremos cómo se está percibiendo e imaginando Barranquilla a través de

los emprendimientos que venimos trabajando, así como las dinámicas identitarias que se han generado a partir de las prácticas de pertenencia de estas iniciativas creativas. Qué ciudad imaginan, qué ciudad proponen, qué ciudad están reproduciendo desde sus posiciones privilegiadas como productores, gestores y comercializadores de sentidos, y que implicaciones tiene esto en lo cultural en el contexto urbano (Canclini, 2004).

### **Barranquilla y el Caribe a través de la gastronomía, el diseño y la música**

Como anotamos en el capítulo anterior, a través de las dinámicas de estos emprendimientos culturales, Barranquilla actúa como un nodo glocal, donde se articula un proyecto identitario regional en desarrollo con circuitos y discursos culturales transnacionales, en este caso, los del mercado étnico globalizado. En este marco, el referente Caribe -como parte de un proyecto y discurso identitarios- ha jugado un papel fundamental dentro de las creaciones de estas iniciativas.

En esta medida, con el fin de comenzar a explorar la comercialización y el consumo de la ciudad Caribe, nos interesa aproximarnos a las representaciones de ciudad y sociedad Caribe -reflejada en Barranquilla- que estos emprendimientos culturales han venido plasmando en su producción creativa, pues es a partir de dichas representaciones que se van configurando sus narrativas urbanas y prácticas de pertenencia.

Mientras que el referente Caribe ha sido central en estas propuestas, las referencias a Colombia aparecen esporádicamente, fundamentalmente, cuando los artistas hacen alusión a la música colombiana o a las cocinas colombianas en términos generales; del mismo modo, cuando se refieren a las redes que, a través de intereses comunes y dinámicas comerciales, se han entablado con otros espacios o artistas del país, como veremos más adelante. Algunas de las creaciones artísticas hacen referencia al contexto nacional, sin embargo, ‘ser Caribe’ -no ‘ser colombiano’- es el pilar del grueso de las creaciones. Existe una mayor identificación y articulación con la región Caribe colombiana y con el Gran Caribe en general, que con el resto del país. No es fortuito que la primera tienda abierta por Todomono fuera de Barranquilla, se encontrara en Wynwood, el distrito artístico de Miami (una ciudad en las difusas y porosas fronteras caribes), y no en Bogotá, la capital colombiana.

En este marco, alineándose con la narrativa nacional en la que se denomina a Barranquilla como la ‘Puerta de Oro’ de Colombia’, desde algunas de estas propuestas se percibe a Barranquilla como una ciudad abierta hacia el exterior, “que siempre está mirando hacia afuera” (Vengoechea, entrevista, 2015); ‘capital migratoria de Colombia’ (Quessep, entrevista 2015). Esa ‘mirada hacia afuera’ es considerada tanto positiva como negativamente. Por una parte, se valora positivamente el aporte que las migraciones internacionales han tenido tanto cultural como económicamente; alimentando la configuración de las tradiciones locales y regionales, y mediante su papel en la consolidación de Barranquilla como urbe comercial, como comenta Fernando de Todomono:

Moraima: Tú me hablabas de las migraciones, que es una ciudad que ha recibido muchas migraciones, pero también me hablabas de lo propio y de la esencia del barranquillero. ¿Hay algún contacto en eso? Es decir, ¿tiene que ver algo las migraciones con la esencia de ser barranquillero?

Fernando: Si claro, por ejemplo en la gastronomía, todas esas fusiones que se han dado de los árabes y los productos que se consiguen en Barranquilla, como el kibbe. La gente lo ve como algo tan barranquillero. Bueno y si hablaste con Alex Quessep seguramente te lo habrá mencionado. Y así son infinidad de comida por ponerte un ejemplo de lo que es la gastronomía, de todas esas fusiones que ha habido, porque realmente todas estas personas que vinieron de afuera, por ser una ciudad puerto, se integraron perfectamente a la ciudad, adoptaron sus tradiciones, pero también han dejado un poco de las suyas en cada uno de nosotros. (entrevista, 2015)

La línea entre lo propio y lo extranjero se desdibuja en el caso de los aportes culturales de las migraciones en Barranquilla, estas son asumidas como un referente tan constitutivo de la ciudad (parte de la 'esencia' del barranquillero) que resulta paradójico que, en ocasiones se asuma una posición purista y proteccionista frente a lo considerado propio y tradicional a través de su etnización como apreciaremos a los largo del capítulo; e igualmente, teniendo en cuenta que desde estas iniciativas se retoman dichos referentes tradicionales para ser resignificados con fines comerciales.

En algunos casos se expresó que las influencias del exterior están afectando la tradición, poniéndola en riesgo de desaparición e incluso afectando la forma en

que nos percibimos, en la medida que se le da relevancia a la ascendencia extranjera a la hora de identificarse. Como comenta Amarís "... nos entendemos como todo menos barranquilleros" (entrevista, 2015), haciendo referencia a que preferimos identificarnos con la herencia extranjera en caso de tenerla. Es de anotar que dicha exaltación de las raíces extranjeras por parte de la población responde, en cierta medida, a la forma misma en la cual se ha construido nuestra sociedad; como exponíamos con anterioridad somos "pueblos enseñados, por una larga tradición a despreciarse" (Múnera, 2005), por lo que tendemos a atribuirle cierto carácter de superioridad a lo externo y, preferiblemente, 'blanco'.

Además de abierta, Barranquilla es vista desde estas iniciativas como 'territorio creativo', principalmente por ser tierra de carnavales, donde sus hacedores y artesanos crean a partir de los más humildes materiales desde un disfraz improvisado hasta grandes carrozas emblemáticas. Como expone Amarís, esta creatividad no sólo se restringiría a las carnestolendas "... el barranquillero es muy recursivo, es muy... es inventor, es de ver cómo se las arregla, la misma austeridad hace que uno sea así ..." (Amarís, entrevista 2015). En una sociedad desigual y fragmentada, en la cual se presenta una lucha constante de gran parte de la población por su subsistencia diaria, la creatividad -entendida como recursividad- resulta ser un recurso valioso y un aspecto para resaltar de la urbe.

A continuación, a través de las creaciones musicales de los emprendimientos que venimos abordando, exploraremos qué otras características de Barranquilla y el Caribe consideran relevantes resaltar, ¿qué ciudad están representando por medio de sus composiciones? Estos trabajos abordan diversos temas urbanos y

regionales; desde los más jocosos hasta la visibilización de conflictos sociales y respuestas a estereotipos de raza, clase y género.

Entre los contenidos jocosos que hacen referencia a la cotidianidad de la ciudad y la región caribe, encontramos la canción *El Raspao*, de *Stereocuco*.

El tema central de la canción 'El raspao': es el refresco ofrecido por vendedores ambulantes en las calles de Barranquilla, una especie de granizado. Está compuesto de hielo raspado y sirope de distintos sabores, principalmente tamarindo, lima y cola. Además, se le suele agregar leche condensada. Es servido en un vaso de plástico o un cono de papel, con un pitillo (pajita) al costado para sorber el líquido cuando el hielo se va derritiendo. La canción hace alusión al calor del Caribe y al refresco tan consumido en la región, a través de un doble sentido sexual. Parte de la letra de la canción reza:

Si te sientes caliente, sin poderte aguanta(r), si se te tiemplan los dientes, en la boca lo sientes por imaginar ... El sol está caliente y te empieza a mirar, con su mirada ardiente tu cuerpo enloquece y te invita a probar.

Pullale e la(d)o, méteselo por el costado, échale la leche encima. Que sabroso el raspao, el cholao<sup>54</sup> apreta(d)o, tu tumba(d)o

(... ) no lo vayas a dudar, que el sabor de la cola, que es fuerte y te droga, te invita a probar... <https://www.YouTube.com/watch?v=x0Indiuaca0>

---

<sup>54</sup> Tipo de raspao común en el suroccidente del país, principalmente en la ciudad de Cali.



**Imagen 44. Raspao**, con sirope de lima, cola y leche condensada. Foto propia (2013).



**Fotograma 45. Concierto Stereocuco.** Imagen del único video de la canción presente en redes sociales, filmado durante un concierto en vivo en la ciudad (evento: Sonparei, 2014). Su vocalista sostiene una gaita indígena, instrumento que utiliza en algunas de sus interpretaciones. Es de anotar, que todos los integrantes de la agrupación llevan camisetas de Todomono, estampadas con motivos asociados con Barranquilla; podemos comenzar a vislumbrar la interacción entre los emprendimientos que estamos abordando. (YouTube oficial de Stereocuco <https://www.YouTube.com/watch?v=q4w1wmnX4Us> acceso abierto)

Recordemos que el raspao forma parte de la cultura popular barranquillera, de aquello que percibimos como propio, parte del ser Caribe en la ciudad. Al igual que la exaltación de la gastronomía popular, la picaresca, a través del doble sentido – un recurso supremamente común en la cotidianidad de la ciudad- es utilizado recurrentemente. Así lo apreciamos en la canción *Alza los pies* de *Colectro*, compuesta con un toque de humor, doble sentido y un sutil juego de palabras (sólo comprensible para quienes conocen el contexto). A continuación, la letra:

Alza los pies: Te la estás vacilando<sup>55</sup>, tienes el pelo largo, eso es **mon... tada** segura / Lo único que te digo, que me estás azarando<sup>56</sup>, comete una **ver ... dura** fresca / Yo no estoy atracando, yo la estoy es gozando, bacano! / Si me la estoy fumando<sup>57</sup>, no me meto con nadie ... (Colectro - Alza los pies, Live sesión, 2012) <https://www.YouTube.com/watch?v=YlhWZx4FmC4>)

Las palabras que he resaltado en morado en la letra de la canción: mon...tada (matoneo), ver...dura, podrían convertirse en mon...dá y ver...ga (ambos términos referidos al pene). Las expresiones ‘eso es mondá’ significa ‘eso es mentira’, ‘eso no me importa’ o ‘no tiene importancia’. Así mismo, ‘cómete una verga’ se utilizada groseramente para mandar al carajo a alguien. Son expresiones comunes en la región.

En esta y otras canciones, Colectro presenta la reivindicación del bacán y del Colecto como personajes barranquilleros/caribes representativos. En esta

---

<sup>55</sup> Vacilarla: estar / pasarla bien

<sup>56</sup> Azarar: aturdir, avergonzar

<sup>57</sup> Aquí está haciendo referencia a la mariguana

composición, hacen alusión a una persona que trabaja mucho, pero anda sin dinero y, aun así, 'se la vacila': disfruta; un reclamo a que no lo molesten, porque tiene el pelo largo y fuma mariguana, pero no roba ni le hace mal a nadie ... es un bacán. El bacán es un personaje que, si bien ha sido percibido en ocasiones de manera despectiva por ser muy de la calle, también es sinónimo de ser buena gente, amiguelo, alegre y de 'cogerla suave'; un personaje resiliente a pesar de las dificultades del día a día. El bacán hace gala de su 'bacanería', siendo 'bacano' sinónimo de 'chévere' = bueno y positivo; como lo expresan en esta canción:

Bacán elegante: Ahí onde uste(d) lo vé, con la cara impaciente, se la pasa encerra(d)o, trabajando hasta las trece / con la cartera gorda, llena pero 'e papeles, ese hombre ya ni sabe cuándo es lunes y cuando es viernes / camina atormentao, picoteao, trajinao<sup>58</sup>, guindando de un pelito, con cara 'e demacrao / Me han visto sin un'barra<sup>59</sup>, pelao<sup>60</sup> (...) con los zapatos sucios, roticos y enloda(d)os / Pero por dentro soy un bacán elegante... Colectro – (Bacán Elegante, 2017 <https://www.YouTube.com/watch?v=tAHkqg4BLM8>)

Por su parte, hasta hace poco se le denominaba colecto fundamentalmente a aquella persona que fumaba mariguana, era un término utilizado exclusivamente de forma despectiva. De este modo, la colectera hacía referencia tanto al lugar donde había varios colectos reunidos como al hecho de estar colecto (drogado). El nombre de la agrupación Colectro, viene de la fusión de colecto + electrónico, pues presentan a su música como música colecta electrónica.

---

<sup>58</sup> Trajinado: cansado por las labores del día

<sup>59</sup> Barra: pesos, dinero

<sup>60</sup> Pelao: sin dinero

En las últimas décadas, el término colete se ha venido resignificando, al menos en los espacios donde estas propuestas se han conformado, y la percepción del colete y la coletera han pasado de ser negativas -articuladas al consumo de drogas y la delincuencia-, a ser asociadas con "... manifestación de irreverencia, de vainas diferentes, ya el colete no es solo una persona, sino es como una actitud, es como un estilo: un sombrero colete, una camisa coleta, ¿sí? o sea, ya defines como esa... modo de ver la vida" (Prieto, entrevista, 2015).

Tanto el bacán como el colete representan, de alguna forma, lo desadaptado, justo al margen de la norma y en los límites de la trasgresión, pero a su vez considerado profundamente barranquillero y caribe. Rescatar y reivindicar a estos dos personajes implica exaltar una actitud particular frente a la vida, a la cotidianidad: irreverente, desenfadada, resiliente y positiva.

Justo en el marco de esa actitud positiva y resiliente, encontramos la *canción El Botón del Pantalón*, de *Systema Solar*, la cual da el mensaje de ponerle buena cara a los malos momentos, específicamente a la difícil situación económica. Ello apoya la idea que se tiene del ser caribe, como un ser alegre a pesar de las dificultades, como comenta Marlon de Stereocuco "Y es la cotidianidad de ser caribeño, lo que a nosotros nos hace sonreír, nos hace llorar, lo que vivimos, la muerte, la vida, las desgracias, estamos hechos, estamos acostumbrados a vivir tantas desgracias que ya sonreímos con facilidad por todo, si me entiendes." (entrevista, 2016). La letra de la canción es la siguiente:

Fiesta, fiesta hay en mí, Ando por la vida relaja(d)o y feliz, Te digo, (bis).  
Estábamos hablando con los vales<sup>61</sup>, Pillando<sup>62</sup> de la vida y sus detalles, todo  
tiene que ver si entra o si sale, Para unos lo importante es que encaje, Que le  
quede apreta(d)o, Que le quede ajusta(d)o, Unas lo quieren redondo, Otras  
lo tienen cuadra(d)o, Unas lo tienen en la camisa, Otros en el pantalón, Huy!  
Que viaje es esta vaina, Mira con ese botón,

Oh oh oh oh Con el Botón del Pantalón (X3), Pa que apretarme el cinturón,  
Si la economía no dura, no quiero pasá(r) la vida, De factura en factura (bis).  
De factura en factura, factura, factura, factura, factura y más factura (bis). Si  
te aprieta el cinturón por la mala situación, no te bajes el pantalón que ellos  
viven en mansión, Yo nunca tengo razón no tengo ni pa un limón, ni la carne  
en sueños, ni yo vi (bis 3). Con el botón, ¡con el botón del pantalón! (Systema  
Solar, 2012. <https://www.YouTube.com/watch?v=rLJSMn5Mc2U>)

---

<sup>61</sup> Los amigos

<sup>62</sup> Actualizándose, conversando



**Fotograma 46. Video *El botón del pantalón*, 2012.** El video fue realizado en el estudio de grabación en Taganga (un pequeño poblado de pescadores a hora y media de Barranquilla), donde viven dos de los integrantes del grupo y en el cual llevan a cabo todas sus producciones. (YouTube oficial Systema Solar <https://www.YouTube.com/watch?v=rLJSMn5Mc2U> acceso abierto)

Lo que se escucha al principio de la grabación (minuto 1:30), antes de que comiencen a cantar, es lo que llamamos una ‘placa’. La placa es una grabación hablada, muy utilizada en los picós con el fin de promocionarlos y en los duelos de picoteros para retar a otros picós. La canción, inspirada en los ritmos de la música africana que suenan en los picós desde los años 70, está muy relacionado con la expresión de apretarse el cinturón durante los apuros económicos. Se centra en estar alegre y sin preocupación, a pesar de todas las dificultades económicas, aunque incluso, no haya para comprar carne. La carne es signo de prosperidad económica en las mesas de la región “Porque nosotros todavía nos regimos, por una herencia colonial, por la cultura de la carne. En los barrios populares se piensa que el día que no hay carne en la casa está ‘la mano mala’,

porque todavía somos una cultura hegemónica con la carne como un eje. Digamos, la carne simboliza que hay tenencia” (Quessep, entrevista, 2015).

Es, de hecho, a partir de los barrios populares y/o referentes de la cultura popular desde donde frecuentemente parten las composiciones de estas agrupaciones, como lo apreciamos claramente en la canción *Bienvenidos*, de Systema Solar; en ella se invita a todos a escuchar su música y a unirse a la fiesta. Es, sobre todo su video, el que hace esa propuesta más explícita. Este constituye su primer video, fue filmado con habitantes del barrio en las calles de Barrio Abajo, en Barranquilla. Además, uno de sus elementos principales es el picó -inspiración principal de su estética visual- que llevan a través del barrio.

¡Móntense en el viaje! ¡Este es el systema pa que sepa!! Si no te dieron visa<sup>63</sup>/ no te escaparás. Ven baila con nosotros /Systema Solar. Si no hay plata en el banco/ y no tienes ná! Ven baila con nosotros /Systema Solar. Systema Solar/ Systema Solar/ Systema Solar/ Systema solaaaaaaaaaaaaaar!

Puesta es la manera system distinta. Que Pinta / que pica y se hincha/ se pincha. Hazte lo que quieras liberas que esperas. Fronteras no hay/ yo quiero mi viejo que esto se escuche en Hawaii /autóctono/ Con otro tono mi modo/ colombiano. Así lo hago a mi modo/ me jodo del tono con todo. viajando pa arriba como el Apolo/ qué cómo?! Como el Apolo/ Heeey!/qué cómo/ como el Apolo/ Qué cómo /Como el apolo/ heeey qué Como el apolo. Como el Apolo de polo a polo. (Systema Solar, 2010  
<https://www.YouTube.com/watch?v=CjoOBLrSfdw>)

---

<sup>63</sup> Visado



**Fotograma 47. Video oficial Bienvenidos 1, 2010.** Los integrantes de Systema Solar van en un 'carro de mula', a través del barrio llevando un picó, mientras la gente el barrio les da la bienvenida desde la acera. Los carros de mulas normalmente son utilizados por los vendedores ambulantes, en ellos transportan los productos que ofrecen, principalmente frutas. (YouTube SXSU <https://www.YouTube.com/watch?v=CjoOBLrSfdw>) (acceso abierto)



**Fotograma 48. Video oficial Bienvenidos 2, 2010.** (YouTube SXSU <https://www.YouTube.com/watch?v=CjoOBLrSfdw>) (acceso abierto)



**Fotograma 49. Video Oficial Bienvenidos 3, 2010.** A medida que se desarrolla el video la gente del barrio se une a ellos, bailan y cantan en torno al carro de mula / picó, mientras caminan por las calles del barrio. (YouTube SXSW <https://www.YouTube.com/watch?v=CjoOBLrSfdw>) (acceso abierto)

Recordemos que el Barrio Abajo es un espacio icónico de la cultura popular y la tradición en Barranquilla, al ser un referente que remite a sus orígenes. En este caso, al picó es utilizado como mecanismo / artefacto para empatizar y acercarse a eso popular, al surgir él mismo de este contexto; Systema Solar lo integra en ellos y a través de él se integran en el entorno de la cultura popular. Dicho acercamiento e integración se lleva a cabo desde la celebración y la fiesta en la calle.

La jocosidad, la irreverencia, el disfrute y la alegría -en un contexto de constante lucha cotidiana- se encuentran presentes como ejes de muchas de las composiciones. En términos generales, las creaciones desde estos emprendimientos van dirigidas a reflejar el lado positivo de la vida, a exaltar la

alegría a pesar de la dificultad. En este marco, también tocan temáticas relacionadas con la diversidad que puede encontrarse en la ciudad, reivindicando y/o exaltando referentes de género y étnicos.

En el caso de Systema Solar, su canción Rumbera, habla sobre ‘el vacile’, el disfrute y la forma de bailar en las verbenas: “Abrazarte lento, es lo que va a pasar. Una combinación de cabeza y baldosa, mirada que va, que va a pasar”<sup>64</sup>. Tiene como protagonista a la mujer, su diversión a través del baile. Resalta que es la mujer la que decide a quién se acerca, y con quién y cómo baila: “Y lo hala y lo hecha, para acá lo que va a pasar”.

¡Rumbera! vente vamos a bailar, Que suena, música bien vacilá(da), Verbena, la gente empieza a llegar. ¡Candela! para mi gente rumbera (x2). Vamos para la verbena, Rumba, rumba, rumbera (x4). Tú te mueves así, esto es de aquí, entra en vacile (x4). Esto está que arde vente para acá. Abrazarte lento, es lo que va a pasar. Una combinación de cabeza y baldosa, mirada que va, que va a pasar, Y lo hala y lo hecha, para acá lo que va a pasar. Vamos pa’ la verbena, Rumba, rumba rumbera (x2), Rumbera. Vente vamos a bailar, Que suena, Rumbera. (Systema Solar, 2016

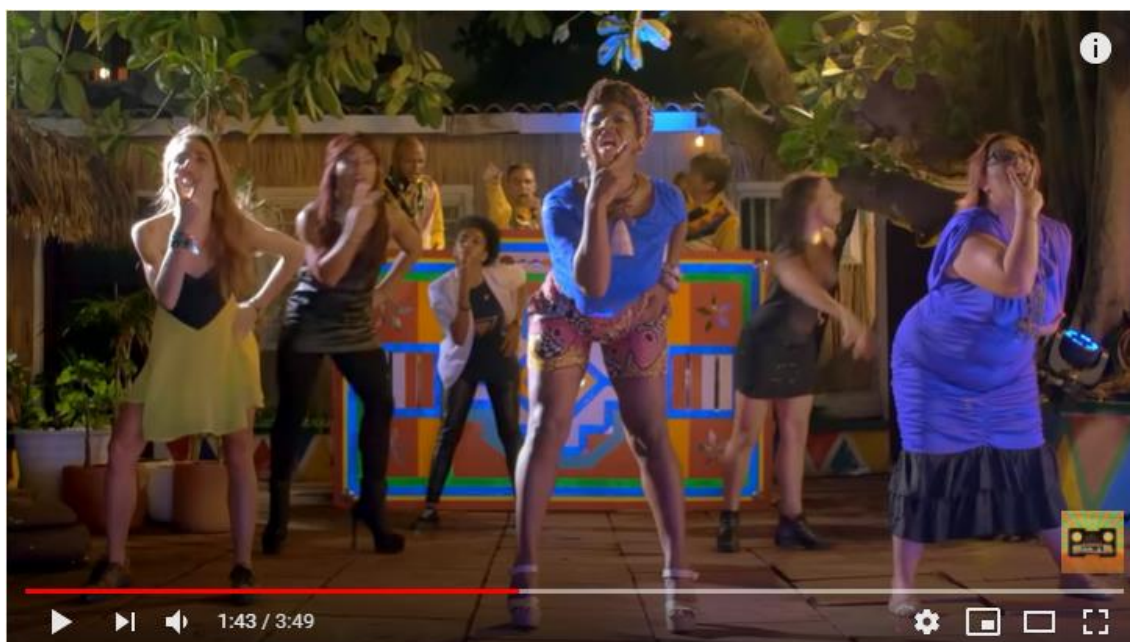
<https://www.YouTube.com/watch?v=UzCENuyKX4E>)

---

<sup>64</sup> En la costa caribe colombiana se suelen bailar en pareja ritmos como la salsa y el merengue cuerpo a cuerpo, muy juntos. De hecho, se utiliza la frase ‘bailar pegados en una baldosa’, cuando el baile es cadencioso y prima el movimiento de caderas (sin connotaciones sexuales) sobre el de las piernas.



**Fotograma 50. Video oficial Rumbera 1, 2016.** El video fue grabado en el patio de una casa de la ciudad. Los únicos hombres presentes son los de Systema Solar, quienes proveen la música, y son las mujeres quienes disfrutan de la misma y deciden cuándo y cuánto acercarse a ellos, si se acercan. (YouTube oficial Systema Solar <https://www.YouTube.com/watch?v=UzCENuyKX4E>) acceso abierto)



**Fotograma 51. Video oficial Rumbera 2, 2016.** Participaron mujeres de todas las edades y tamaños. Vemos en una de las imágenes del video cómo hacen un gesto que denota sexo oral, considerado muy vulgar en Barranquilla. (YouTube oficial Systema Solar <https://www.YouTube.com/watch?v=UzCENuyKX4E>) acceso abierto)

En el video se exalta la independencia y empoderamiento de la mujer a través de su libertad sexual y libertad de elegir y disfrutar. Es de anotar que, en nuestro contexto, normalmente es el hombre quien saca a bailar y se espera que así sea, aunque es la mujer la que decide si acepta o no. De la misma forma se espera que la mujer sea recatada, que no exhiba abiertamente sus deseos sexuales; aunque sí que sea sensual. En una sociedad machista como la nuestra resulta poco común ver a la mujer como protagonista de este tipo de creaciones desde una posición de empoderamiento.

A pesar de que esta canción resulta, hasta cierto punto, reivindicativa y contestataria en un contexto como el Barranquillero, podemos apreciar que, si bien se presentan mujeres diversas, al mismo tiempo se las homogeneiza, se invisibiliza la diversidad que hay entre ellas a través de un discurso visual que las iguala en el contexto de la verbena simulada y que, de ninguna forma identifica o resalta la diversidad en sus luchas y cotidianidades desde las diferencias. Mujeres flacas, gordas, blancas, negras, etc., todas iguales, presentando de esta forma un sujeto mujer abstracto y, hasta cierto punto, idealizado en la medida que se borran las diferencias reales.

Dicha narrativa, es dirigida por los hombres en la tarima, quienes se presentan como quienes las ponen a bailar, a 'goza' a través de su canción y, de esta forma, se vuelve difusa la agencia que ha pretendido reconocerse en algunos estribillos de la canción. Al final de cuentas, en imágenes se sigue encontrando a la mujer sola, en este caso, en la verbena retradicionalizada como terreno de lucha; ¿por qué no se pone a los hombres a bailar?; ¿toda la responsabilidad de la

construcción de ese 'nuevo' espacio de confrontación y negociación recae en ellas?

Es un discurso visual que sobrepasa con creces la lírica de la canción, potente (sobre todo para el contexto), que pone a la mujer de protagonista en espacios, hasta el momento, casi exclusivo de los hombres como lo son los piques -donde bailan uno y otro haciendo gala de sus habilidades- de baile en las verbenas. Un discurso donde, sin embargo, los referentes de raza y, sobre todo, la clase parecen borrarse, de forma similar a lo que ocurrió durante más de un siglo con la democracia racial en Colombia, donde se reconocía como país mestizo y por lo tanto todos éramos considerados 'iguales', cuando las realidades cotidianas eran otras y las prácticas racistas seguían reproduciéndose.

Hablando de esos referentes raciales o, cómo lo denomina Cunin (2003), esas categorías raciales tan presentes en Colombia y de las que estos emprendimientos no se libran, encontramos un par de canciones de Colectro. En este punto, debemos tener en cuenta que 'lo racial' es reemplazado por lo étnico, como una forma políticamente correcta de abordar la diversidad y, sin embargo, no desarrollar sus propuestas en torno a un discurso políticamente comprometido frente a la misma. Como plantea Peter Wade (1997), con la sustitución de raza por etnicidad, se corre el riesgo de enmascarar los significados asignados a la primera. Sobre todo, en un país donde, a pesar de las constantes prácticas de discriminación racial, ellas son negadas hasta el cansancio (Camargo, 2011).

Colectro ha hecho referencia directa al tema étnico en sus propuestas. Por un lado, con la canción Magende (mí gente), cuyos coros se encuentran en la lengua de San Basilio de Palenque. De acuerdo a su descripción de la misma “...describe un grito de libertad y alegría frente a la adversidad, un mensaje lleno de positivismo pero ‘gritao a pulmón herido’ de manera cruda y sin pelos en la lengua” (Colectro, 2013 <https://www.YouTube.com/watch?v=PI9932F-xrs>).

En la canción *Son de Negro* retoma elemento de la danza tradicional del Caribe colombiano así denominada

Son de Negro: Grita with me: la vida es un swing, voy brincando por la vía /  
No te dejes caer, arriba como un jet, hay que vivir (...) vacílate mulato este momento, como la que lleva el viento / camina tranquilo sin martirio, no hay peligro se tu mismo (...) Mamá, papá soy negro na´más pa gozá(r)...  
(Colectro, 2016 <https://www.YouTube.com/watch?v=a5CAp1Kgjsl>)



**Fotograma 52. Video oficial *Son de Negro* 1, 2016.** En parte de la canción usan el ritmo de *Son de Negro*. Además, en el vídeo se hace referencia constante al atuendo y la gesticulación de esta danza. (YouTube oficial Colectro <https://www.YouTube.com/watch?v=a5CAp1Kgjsl> acceso abierto)



**Fotograma 53. Video oficial Son de Negro 2, 2016.** Por otra parte, lo mezclan con visuales fluorescentes que contrastan con los elementos más tradicionales. Es un contraste que se puede apreciar, igualmente, en los ritmos que se fusionan en esta obra. (YouTube oficial Colectro <https://www.YouTube.com/watch?v=a5CAp1KgjsI> acceso abierto)

En el video de esta última canción se resalta el *blackface*<sup>65</sup> propio de la danza Son de Negro (un ritmo de la costa caribe colombiana, de fuerte influencia afro, cuyo epicentro se encuentra en los pueblos de la ribera del Magdalena) en la cual se inspira, pero en ningún momento se problematiza, ni se relativiza dicha manifestación que puede llegar a ser, en muchos casos, conflictivas. Sin embargo, siguen la tendencia del contexto al respecto, en la región prácticamente no se encuentran análisis sobre las representaciones de lo negro en la danza de Son de Negro.

Estas representaciones son asumidas y exaltadas sin cuestionamientos como parte de la tradición regional. La única discusión al respecto que se pudo encontrar en el marco de la presente investigación fue *Burlesquing*

---

<sup>65</sup> Resulta pertinente aclarar que, tanto personas negras como blancas que participan en la danza pintan de negro sus cuerpos y que dicha danza en mayor medida se ha desarrollado en poblaciones con gran cantidad de habitantes afrodescendientes.

*Blackness: Racial Significations in Carnivals and the Carnavalesque on Colombia's Caribbean Coast* (2019) de la doctora en sociología boricua Melissa M. Valle quien, al visitar la región como parte de una investigación más amplia, se sintió chocada por esta representación. Mientras en la costa caribe colombiana se asume como una expresión tradicional sin trasfondo racista, ella intenta relacionarla con las manifestaciones despectivas hacia las personas negras a través del *blackface*, muy populares en los años 20 en los Estados Unidos. Si embargo, al carecer de más estudios críticos de fondo al respecto, así como de registro historiográfico o de una reconstrucción sistematizada de la memoria colectiva en estas poblaciones en torno a la génesis de esta manifestación cultural, no se puede aseverar si existe o no dicha relación. Sin duda, este es un tema que puede abrir nuevos análisis en la zona.

Como expone Wade (1997) cuando plantea que, en Colombia, los negros son incluidos y excluidos al mismo tiempo dependiendo del contexto y de la utilidad política, social y cultural de dicha categoría racial, los ejemplos anteriores (Rumbera y Son de Negro), forman parte de un juego de categorización dentro de la diversidad. En este, se transgrede al tiempo que se mantienen vigentes las estructuras sociales subyacentes consolidando un juego político de baja intensidad.

Si nos centramos, principalmente en los videos, podemos vislumbrar una declaración de intenciones, pero, en ningún caso, declaraciones políticas comprometidas con la visibilización de las realidades de colectivos racializados y de género; mucho menos a través de las letras, las cuales palidecen frente a las narrativas visuales presentadas. Despolitizan las luchas de dichos colectivos,

invisibilizando su complejidad y diversas manifestaciones, retradicionalizan y se apropian de sus reivindicaciones y/o prácticas culturales de forma utilitaria. Son canciones políticamente correctas y asépticas que les posibilitan insertarse en el mercado cultural de lo auténtico y aumentan su capital simbólico y económico.

Estos proyectos representan una forma particular de ver la diversidad cultural como proyecto político, en el marco de lo que Hale (2014) plantea como multiculturalismo neoliberal. En el marco de este, si bien se reconoce la diversidad (cuestión supremamente valorada en el contexto latinoamericano, puesto que ha sido invisibilizada durante mucho tiempo), esta se sustenta sobre una falacia de igualdad, a través de la ‘concesión’ de derechos culturales, más no de un cambio estructural que les posibilite una participación y reconocimiento pleno como agentes y sujetos políticos.

Como veremos a lo largo del capítulo, los referentes étnicos resignificados caracterizarán las creaciones de estos emprendimientos. Para empezar, en este punto, busco resaltar particularmente el abordaje de ‘lo étnico’ (asociado a lo indígena y lo afro) como parte integral del Caribe que expresan a través de sus obras, en el marco de una sociedad que durante mucho tiempo se consideró mestiza invisibilizando las referencias a la diversidad que nos constituye.

Quienes proponen estas iniciativas, afirman constantemente que parten de ‘ser caribe’ para las mismas, los rasgos fundamentales de ese Caribe al que pertenecen y que representan en sus creaciones y exponen en sus propuestas serían fundamentalmente la alegría, la resiliencia y la diversidad. Los dos

primeros se encuentran claramente plasmados en la canción Mi Caribe de Systema Solar, cuyo coro reza:

Así es Mi Caribe papá, sombrero vueltiao, hamaca, gente buena y otros que no, pero te saludamos con el deditoooo, gorditooo eeeehh, decimos bacano, la buena mi Hermano ¡Oe! ¡Oe!

Primero que nada llego y te explico: en toda mi costa se come rico patacón en la playa con bocachico<sup>66</sup> [y te pongo a bailar pegao con el picó. Aunque no es parecido, no es lo mismo un trago largo pal primo, no te preocupes primo<sup>67</sup> que yo lo sirvo y cuantos tragos son uno dos mi son ¡Hey! Colombia ok! ¡se dice ok! si no te gusta se dice que no hay güey. Es que le gusta le gusta a los chicos play y si la rumba está buena se dice bacano hey ¿cómo fue?, Eh! Eh! Eh! Eh! (Coro)

Mucho que le gusta que le pongan la champeta en la caseta va en chancleta con la plata encaletá<sup>68</sup> en toda mi zona costera algareteadera<sup>69</sup> aunque la nevera entera esté bien pelá<sup>70</sup> (...) Así es mi Caribe ¿cómo fue ? por si no sabía , ¿cómo fue?. Gente buena, mala, pero hay poesía pa ti ... (Systema Solar, 2017) <https://www.YouTube.com/watch?v=qGLUOhXaKus> )

---

<sup>66</sup> Pescado: Prochilodus magdalenae

<sup>67</sup> En ocasiones se le dice primo a un amigo o conocido para generar cercanía.

<sup>68</sup> Encaletar= esconder

<sup>69</sup> Algareteadera= desordenada

<sup>70</sup> Pel(ad)á= vacía



**Fotograma 54 y 55. Video oficial Mi Caribe, 2017.** El video muestra dos caras del Caribe, un alegre y de fiesta y la otra dónde se aprecian las profundas problemáticas y pobreza de la región. Sin embargo, al igual que en los videos anteriores, las imágenes van mucho más allá que las letras. La presentación de las problemáticas de la región queda en segundo plano y, al final, todo se presenta como colorido, bello. El potencial de la fuerza política de esas imágenes queda rezagado, tocando sólo de forma tangencial y pintoresca las realidades sociales de la región y la ciudad. (YouTube oficial Systema Solar <https://www.YouTube.com/watch?v=qGLUOhXaKus> acceso abierto)

Esta canción e imágenes resumen, en buena medida, no sólo lo que gran parte de las canciones de estas agrupaciones expresan, también lo expuesto por los

integrantes de los emprendimientos de diseño y gastronomía que abordamos, la exaltación del lado positivo de la vida a pesar de la adversidad; ‘El lado caribe de la vida’, como dice uno de los slogans de Bololó Lab, “el lado caribe de la vida es un sentir, precisamente eso, aunque a veces parezca ‘clichuda’ [de cliché], porque yo pienso que sí es un cliché eso de que el Caribe es colorido, alegre, musical. Sí es musical, pero no necesariamente es colorido y no necesariamente es alegre” (Amarís, entrevista 2015).

Por otra parte, la diversidad va más allá de las migraciones que ha recibido la región, como apuntábamos al inicio del apartado. La diversidad es vista como rasgo definitorio del Caribe, esta se refleja en la forma misma de ser, sentir y vivir el Caribe, hace referencia a un caribe múltiple, heterogéneo e “inabarcable por la mezcla”, en palabras de Walter Hernández (2016). Como comenta Amarís “El lado caribe de la vida pueden ser muchos sentires realmente, sabemos que hay variaS identidadeS caribeñaS, pero todas están enmarcadas en un espacio-tiempo (entre comillas) en una geografía” (Amarís, entrevista 2015). La geografía caribe, física, pero a la vez tan intangible y difusa como sus fronteras.

En este marco, se presenta a Barranquilla como ciudad caribe; desde estas iniciativas, una ciudad: abierta, diversa, creativa y alegre. Barranquilla expresa y articula ese Caribe múltiple e intangible que se presenta a través de estas producciones creativas. A continuación, exploraremos la comercialización de esa ciudad caribe, por parte de estos emprendimientos, a través de la resignificación y mercantilización de la cultura popular y la tradición.

## **El mercado de lo auténtico: comercialización del Caribe inmaterial**

No recuerdo exactamente la primera vez que vi plasmados en camisetas los diseños de Todomonos inspirados en Barranquilla, pero lo que sí tengo muy presente fue la sensación que me produjeron. Era ver un pedacito de mi ciudad estampado (en una estética diferente y llamativa) que podría llevar a todas partes, como si el hacerlo me volviera más orgullosamente barranquillera, como si tuviera que mostrar a través de aquella resignificación quién era y mi relación con la ciudad; ¡tenía que comprarla!

Todomonos tuvo la primera sede (Tienda Mono) de su negocio en una de las áreas comerciales de la zona norte de Barranquilla, en el extremo del barrio Prado, en los bajos de un edificio residencial. Era un pequeño local donde Fernando y Johnny lanzaban, exponían y vendían sus colecciones de diseño basadas en temáticas urbanas barranquilleras. Se encontraba ubicada en una zona de clase alta de la ciudad -sobre la calle 76, una de las vías más transitadas del norte-, muy cerca de grandes centros comerciales, almacenes de ropa y comercios de todo tipo. Tenían como vecinos inmediatos una tienda de ropa de bebés y una farmacia por un lado, por el otro, una peluquería y una 'tienda de barrio' barranquillera, donde además de ofrecerse a la venta productos de primera necesidad acuden diariamente los trabajadores de la zona (albañiles, taxistas, entre otros) a comer el menú del día -comúnmente llamado corrientazo<sup>71</sup>- y reunirse y tomar cerveza los fines de semana en su amplia terraza llena de mesas;

---

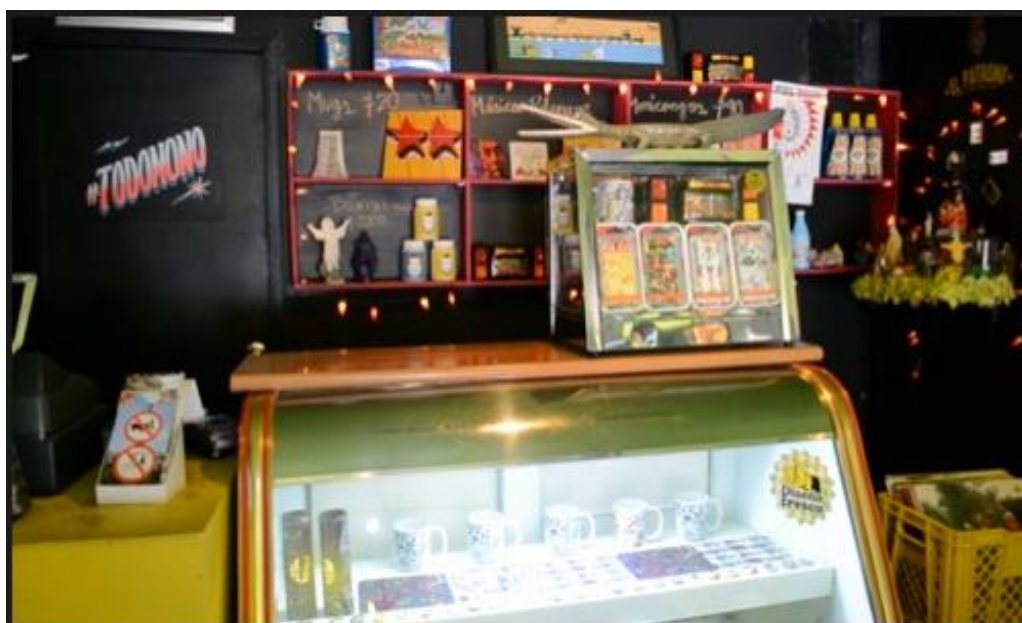
<sup>71</sup>Se le denomina corrientazo por ser considerada comida corriente, común. Tiene un costo de 2 euros aproximadamente, compuesto generalmente por una ración de sancocho (sopa) y el seco compuesto por arroz, algún tipo de carne, algún tipo de legumbre, ensalada y plátano maduro frito.

normalmente, a ritmo de la música que programan las emisoras de la ciudad - como salsa, champeta, reguetón, principalmente-, al lado del bullicio de la calle.

Al entrar al local el ambiente era otro. En su decoración retoman algunos elementos comúnmente utilizados en la 'tienda de barrio' y otros más, comunes en la vida cotidiana de casas o establecimientos de la ciudad. El frigorífico utilizado en las tiendas es usado como mostrador principal de la Tienda Mono, en el interior de este se exponen algunos de sus productos. Las poncheras de aluminio utilizadas en las casas para lavar ropa o por las mujeres que venden bollos (amasijos/envueltos) y dulces tradicionales para cargar sus mercancías colocadas en sus cabezas por las calles de la ciudad, han sido adaptadas como espejos en las paredes. Pequeñas réplicas de picós en un rincón; básculas -como aquellas utilizadas en el mercado y en las antiguas tiendas de barrio- colgando del techo; camisetas y otros productos llenos de colores vivos, resaltan sobre el fondo negro de las paredes del local.



**Imagen 56. Vista general interior del primer local de Todomono, 2014.** (Tumblr oficial Todomono <https://todomono.tumblr.com/> acceso abierto). En este caso, exponiendo la colección El patio de mi casa, inspirada en las plantas que se encuentran frecuentemente en los patios de las casas de la ciudad. En el extremo inferior izquierdo de la imagen vemos una mecedora, muy común en salas y terrazas de la región caribe colombiana.



**Fotograma 57. Video promocional de la colección El patio de mi casa 1, 2014** (Tumblr oficial Todomono <https://todomono.tumblr.com/> acceso abierto).\_Apreciamos cómo retoman el frigorífico utilizado en las tiendas de los barrios de la ciudad para utilizarlo como vitrina para sus productos. Encima del mostrador la figura de un caimán, animal nativo de las riberas del río Magdalena y que ha sido inspiración de mitos e historias en la región. Otro referente a las tiendas de barrio es la caja de cerveza/refresco que vemos al lado derecho de la imagen.



**Fotograma 58. Video promocional de la colección El patio de mi casa 2, 2014** (Tumblr oficial Todomono <https://todomono.tumblr.com/> acceso abierto). Por un lado, encontramos en amarillo la silueta de una mujer palenquera vendedora de dulces o bollos, esto podemos saberlo por la ponchera o palangana que lleva en la cabeza; la misma que se encuentra detrás, en la pared, con un espejo en el fondo a manera de decoración. Por otro lado, a mano izquierda, dentro del vestidor, vemos la frase 'Ready [listo] pa la verbena', en la gráfica particular (tipo de letra y colores) utilizada en los picós y para promocionar la verbena.



**Fotograma 59. Video promocional de la colección El patio de mi casa 3, 2014** (Tumblr oficial Todomono <https://todomono.tumblr.com/> acceso abierto). En esta imagen podemos apreciar, de nuevo, la utilización de la figura de la mujer palenquera – el busto de una mujer negra vendedora ambulante- en la creación de adornos para el hogar. Y, un poco más atrás, en la parte superior, dos carros de mula, vehículos de tracción animal donde vendedores ambulantes se desplazan por la ciudad vendiendo frutas principalmente.

Los elementos de la cotidianidad barranquillera, tanto de sus hogares como de sus calles, son retomados como decoración o como inspiración para nuevas creaciones que serán comercializadas. Como resultado de esta descontextualización, al llevarlo de un dominio de la experiencia ajeno al mercado y transformarlos en mercancía, muchos de estos elementos son despojados de su valor de uso y reducidos a su valor de cambio en el mercado simbólico.

En función de la cotidianidad de estas expresiones culturales y de ser manifestaciones a las que el grueso de la población barranquillera tiene acceso, lo consideran representativo de 'ser barranquillero', de aquello que nos identifica en ese contexto urbano específico caribe. Al igual que el referente étnico- en este caso expresado a través de la figura de la mujer palenquera-, la religiosidad popular y los mitos e historias de la ciudad y la región, les proporcionan a estas propuestas creativas desde el diseño un arraigo en lo considerado auténtico, aquello que se encuentra más anclado a 'la esencia' (como ellos mismos lo denominan), a aquello que consideran como las bases de lo que somos como colectivo imaginado.

Sin embargo, a pesar de que todos tenemos acceso a las manifestaciones culturales que inspiran las creaciones que estos diseñadores comercializan, dicho acceso evidencia las diferencias y desigualdades en la urbe. Se vende una identidad común a partir de referentes que, en la práctica, reflejan la fragmentación y segregación de la ciudad. Mientras unos les compran los dulces y los bollos a las mujeres palenqueras, ellas deben prepararlos y luego salir a caminar toda la ciudad bajo a sol y agua (sin garantías de salud, seguridad, etc.)

para sobrevivir; mientras le compramos desde la comodidad de nuestras casas la fruta a los señores carretilleros, ellos han tenido que madrugar y trabajar de sol a sol, sin garantías, para vivir al día. El Divino Niño o La Virgen del Carmen en los que muchos conductores ponen su fe para que los protejan, han pasado a ser parte de la decoración de una tienda de ropa. Aquello que es fuente de subsistencia o de sustento material o espiritual para unos, se convierte en bienes de consumo y prestigio, y potencial de negocios para otros.

Como ya planteaba Canclini (1995), ese consumo posibilita darle sentido al flujo de significaciones que construyen la cultura y sirven de base para la conformación de identidades. En este caso, en la conformación de 'lo cultural' (Canclini, 2014) -visto como aquellos procesos en los cuales se gestionan las relaciones con otros- se lleva a cabo desde posiciones de poder, las cuales económico y social, potenciando de esta forma la instrumentación y politización de las identidades o, más precisamente, de sus propuestas identitarias particulares en el marco de la construcción de Barranquilla como ciudad caribe inserta en las dinámicas globales neoliberales. En este marco, las propuestas identitarias desarrollan un potencial económico y político al tener la capacidad - desde estos emprendimientos- de ponerlas en juego y visibilizar sus discursos de construcción del otro en la urbe

Fernando y Johnny cuentan cómo, poco tiempo después de comenzar a diseñar camisetas centrándose en motivos urbanos locales, comenzaron a ver la posibilidad de negocio que había en temáticas del entorno:

era como un *hobby* que tenía de hacer camisetas y venderlas a mis amigos. Ya luego en el 2009, en el 2008 entra Fernando y en el 2009 nos ganamos el premio *Lápiz de Acero*, con una colección de gastronomía que se llamó *Corrientazo Todomono*. Entonces ahí ya tuvimos mucha más visibilidad a nivel nacional, entonces ya se me estaban acercando otro tipo de personas, como que “quiero que me hagas esta imagen”, “me gustaría trabajar contigo en esto”. Entonces vimos que había un potencial interesante, no solo en las camisetas sino también como a nivel de filosofía de la marca y es: reencontrarnos con lo nuestro, lo tradicional y lo cotidiano, darle valor a esa cotidianidad. (Insignares, entrevista, 2015)

Es así como se afianzan como emprendimiento, en la comercialización de aquello que consideran tradicional, ya que encuentran un nicho de mercado en ello y construyen la propuesta sobre la premisa de que es necesario el reencuentro, el rescate y la valoración de lo tradicional. Es una tendencia que se aprecia a nivel global con el mercado de lo auténtico (Frigolé, 2014), donde aquello que, de alguna forma, refiere a los orígenes cuenta con el potencial de convertirse en una *commodity* y/o de ser patrimonializado. Un nuevo valor que se le da a diversos elementos culturales a través muchas veces, sin embargo, de procesos de descontextualización y resemantización, como lo vimos anteriormente.

De esta forma, Todomono inició un proceso de *branding*, centrándose en una retórica identitaria de rescate y puesta en valor en el mercado cultural de aquello que consideraban tradicional y, por lo tanto ‘nuestro’, en la ciudad de Barranquilla. Desde ese momento, han abordado diversas temáticas relacionadas con la ciudad en sus colecciones. Escogen algunos temas por año y realizan

investigaciones en torno a los mismos: hablan con personas que conocen sobre esas temáticas particulares y, a partir de las vivencias e información recolectada, formulan sus diseños. De igual forma, inspiran sus colecciones en temas de temporada como el carnaval o Halloween/El Día de los muertos. Sobre sus exploraciones nos comentan:

Haciendo la investigación Chucherías de dulces típicos o, no típicos, fueron dulces artesanales, también industriales, pero hicimos como una investigación de todo lo que ocurre alrededor del universo dulce en la ciudad y nos hemos ido al sur que digamos, dentro de lo que Johnny y yo hemos vivido, es el espacio que menos hemos conocido de Barranquilla. Y nos bajamos en estas tiendas de dulces y empezamos a conocer dulces que jamás, jamás nos imaginábamos que existían. Por ponerte un ejemplo: una voz pasa ¡quieren basurita! basurita! ¿Y qué es eso?: es una bolsa llena como de viruta. Y resulta que es qué como en el sur quedan las fábricas donde hacen los conos [para helados], entonces ellos para no perder el material ... es decir, el cono lo hacen y la máquina que corta el cono va tirando como pedacitos de cono que quedan por fuera para darle la forma al cono, todo esto lo recogen lo meten en bolsas y también lo venden como dulce (Johnny: y le meten un pedazo de bocadillo [dulce de guayaba] y ya es un dulce). Y lo bueno es que es un dulce que es súper común para la gente que vive en el sur, porque estábamos con una amiga y le contamos: ¡imagínate que allá venden basurita! ¡Basurita, claro! no ves que todos mis cumpleaños los celebrábamos con basurita y ese era el regalo y esa era la sorpresa y no sé qué cosa... y era algo que en los treinta años que uno lleva viviendo en

Barranquilla jamás pensó que eso existía. Entonces nos hemos encontrado cosas que son sorprendentes y es bonito ver. Barranquilla tiene tanto que nosotros que estamos tan metidos en la ciudad, todavía no conocemos algunas cosas. (Vengoechea, entrevista, 2015)

Como vemos, esto los ha llevado a espacios de la ciudad con los que no han estado en contacto anteriormente y hace evidente la pertenencia de clase y la relación a ciertos referentes simbólicos y espaciales de Barranquilla asociados a la misma. Lo que consideran 'nuestro' por estar en la ciudad, muchas veces corresponde a realidades que resultan ajenas y extrañas a sus referentes cotidianos. Es así como ese extrañamiento los lleva incluso a exotizar dichas manifestaciones, como se aprecia en el comentario de Fernando "...nos hemos encontrado cosas que son sorprendentes...". A partir de este tipo de percepción y aproximación a las múltiples realidades de Barranquilla, se apropian de estos referentes, los resignifican y los presentan como productos innovadores y representativos del rescate identitario urbano. En este proceso, al asociarles el valor de ser potencialmente patrimonializables y ponerlos a circular en un mercado al que sólo pueden acceder las clases medias y altas, les cambian el precio, aumentándolo y haciéndolo inaccesible para las clases populares, ejerciendo de esta forma poder sobre las narrativas identitarias de mayor circulación en la ciudad, las cuales van a su vez asociadas con aquellas que sustentan la imagen de Barranquilla como centro comercial desde las lógicas neoliberales nacionales.

De nuevo, las cotidianidades y medios de subsistencia de unos se convierten en 'descubrimientos' e inspiración para la elaboración de productos culturales que

posteriormente comercializaran en espacios y a costos muy diferentes. Estos son productos que generan diferenciación al ampliar el capital simbólico de algunos a través de su consumo, al tiempo que dicho consumo contribuye a ahondar la fragmentación de la ciudad, como ya mencionábamos en el capítulo anterior.

Sin embargo, lo que seleccionan para que haga parte de sus colecciones, no puede resultar demasiado ajeno a su contexto social, el mismo en el cual comercializarán sus productos, pues, de lo contrario, no generarán la evocación de pertenencia a la ciudad que buscan a través de sus creaciones, lo que afectaría la comercialización de estas dentro de las lógicas identitarias en las que se mueve su filosofía de marca. Deben ser referentes que, de una u otra forma estén vinculados a sus memorias y las de sus consumidores, incluso de forma lejana, no vivencial. Esto último lleva, más que a revalorar dichos referentes, a consumirlos desde la exotización. Las 'basuritas', bien conocidas como golosina en el sur de la ciudad, por ejemplo, no son protagonistas de su colección.

Apreciamos de esta forma cómo, si bien existe una intención de exaltación y visibilización de las tradiciones y la cultura popular barranquilleras desde su agencia como emprendedores culturales, en el proceso de socialización de los sentidos que fluyen y configuran a la ciudad -aquellos que desean hacer visibles a través de sus colecciones y sus rutas culturales, como veremos más adelante- las significaciones que se ponen en juego son asumidas (principalmente por sus consumidores) como un souvenir más, como lo raro y particular de algunos espacios, en vez de ser apreciadas como constitutivas de las realidades de la urbe que se comparte como espacio físico y simbólico.



**Imagen 60. Galletas dulces Festival** (2018), ampliamente consumidas en todo el país, fueron uno de los referentes seleccionados para sus diseños de la colección Chucherías. (Facebook oficial Todomono <https://www.facebook.com/pdmono>, acceso abierto)

Por su parte, los picós que han constituido parte fundamental, no sólo de los barrios populares sino de la imagen que de los mismos se tiene desde los estratos más altos de Barranquilla, han jugado un papel importante en sus creaciones. Encontramos entonces la colección sobre la gráfica popular, centrada principalmente en los picós, esas grandes máquinas de sonido en torno a las cuales se organizan verbenas en los barrios populares al son de salsa y/o champeta. Estas máquinas de gran potencia cuentan con identidad propia: un nombre, un tipo de música y dibujos en colores vivos y fluorescentes, realizados por artistas populares, los cuales hacen alusión al nombre del picó.



**Imagen 61. *El Nuevo Pijuán*.** Luis Antonio Eljaiek León, conocido como 'Chicho Pijuán', junto a la máquina que pone a vibrar a 'El Nuevo Pijuán'. Inspirado en una carátula de long play del músico puertorriqueño José Juan Piñero, conocido como '*Pijuán*'. Foto: Cristian Mercado (s.f) <https://zonacero.com/sociales/el-gran-pijuan-50-anos-de-una-leyenda-conquistada-con-salsa-y-potente-sonido-102584>



**Imagen 62. *Picó El Coreano*.** Nombre y decoración inspirados en la guerra de Corea. Foto: Roberto Llanos Robado (s.f.). <https://www.aldia.co/cooltura/el-coreano-el-pico-mas-famoso-de-barranquilla-celebra-sus-35-anos>

Los diseñadores de Todomono comenzaron a trabajar con algunos de estos artistas, en el marco del proyecto de Cucayo, un restaurante de comida tradicional de la región caribe colombiana, de cuyo concepto de diseño estuvieron encargados. A esta conjunción la llamaron *La Liga Gráfica*. Posteriormente, mediante un trabajo conjunto con William Gutiérrez, egresado de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad del Atlántico, quien ha trabajado decorando picós, lanzaron la colección *Paquito efectivo*, haciendo referencia, por un lado, a los ‘paquitos’ o historietas en cuyos personajes están inspirados los diseños; por otro, a la expresión ‘vacile efectivo’, utilizada en contextos de la verbena popular para hacer referencia al mejor disfrute.

El lanzamiento de esta colección se llevó a cabo en noviembre de 2015 en la Tienda Mono, teniendo como invitado a uno de los picós barranquilleros, el cual no funcionó a su máxima potencia, entre otras cosas, por la zona de la ciudad y los permisos requeridos. La entrada era libre y estuvieron cubriendo el evento algunos medios barranquilleros. Un evento pequeño, pero que dio a conocer la colección a medios, amigos y conocidos de la tienda, por lo que, al encontrarme en la Barranquilla realizando el trabajo de campo, me fue posible asistir.



**Imagen 63. Paquito Efectivo.** Estas son las creaciones en las que basaron su colección *Paquito efectivo* que incluía tazas, camisetas y otros productos. Los colores, la caligrafía e incluso las escenas que se recrean corresponden a la gráfica representativa de los picós en la ciudad, mientras los personajes corresponden a los dibujos animados que nuestra generación (la de los integrantes de Todomono y quienes consumen sus productos) solía ver de niños en los 80. Amalgaman de esta forma un referente cercano para el consumidor con otro que, por su contexto social en la ciudad, es lejano, pero asociado a los barrios populares; articulándose de esta forma la memoria vivida con representaciones urbanas de lo popular. Foto propia, 2015.



**Imagen 64. Lanzamiento colección Paquito Efectivo.** El Concord fue el picó que amenizó el lanzamiento de la colección Paquito Efectivo, en la primera sede de la Tienda Mono. Uno de los parlantes principales aparece en la fotografía (fue el único que llevaron para el evento). Hay que tener en cuenta que el control de decibeles en la ciudad varía dependiendo de la zona. Foto propia, 2015.

Por su parte, la propuesta de Bololó Lab no dista mucho de la de Todomono en términos de visión sobre el diseño y los referentes culturales, aunque se encuentran más centrados en el trabajo con clientes, con empresas desde el diseño industrial. Sin embargo, tienen una línea de trabajo a la que denominan *Diseño fresquito* que responde a los proyectos que los integrantes del colectivo desean ir desarrollando independientemente de sus clientes. La forma de abordar esto desde las propuestas de diseño, como venimos viendo, es intentar visibilizar y potencializar la comercialización de sus productos culturales

Nosotros no hemos trabajado así, directo con... por decir algo: "siéntete orgulloso", así no. Lo que nosotros hemos hecho es empezar a descubrir como esos elementos que están invisibles, como releer las cosas, como empezar a decir: ok, esta mujer es una palenquera, viene de tal parte, su trabajo es este, tiene esta virtud, históricamente tiene este valor. Empezamos a cargarla de todo lo que ella hace, es y siente y se muestra explícito. Porque es que no es decirle a la persona: valóralo, porque mira que es tuyo, valóralo. No, es: aquí está, esto es lo que ella tiene. Con eso se supone, "se supone" que debería ser suficiente para que una persona que mínimo lee eso o lo ve entienda que es valioso y que de pronto ha hecho parte de su vida toda la vida, de su vida siempre.

Al igual que en Todomono, ponen en juego interpretaciones de espacios y actores de la ciudad que, a su vez, serán reinterpretados de múltiples formas por los consumidores de sus productos culturales. En ese momento, se les sale de las manos los sentidos que desean transmitir a través de sus creaciones y se genera una falsa sensación de control en el marco de su agencia como actores sociales.

Del mismo modo, el 'descubrimiento' de lo que parecieran nuevas realidades se encuentra presente en la forma de abordar las fuentes de inspiración para sus diseños. El considerar que, de alguna forma, el valor de dichas fuentes no es visible y que resignificándolas pueden aumentar su valoración por parte de quienes consumen sus diseños, las lleva por el camino de la patrimonialización; un intento de rescate y preservación cultural a través la mercantilización y comercialización de su imagen.

Parte del trabajo que llevan a cabo las mujeres palenqueras lo vemos cotidianamente en las calles de la ciudad. A través de estas apropiaciones lo que se alcanza a visibilizar es una imagen, resignificada por demás. En este caso, la imagen de un componente étnico y muchas veces, racializado de la región Caribe colombiana. Al igual que el picó, las mujeres vendedoras de bollos y dulces en Barranquilla (y de frutas en otras zonas del Caribe), son uno de los referentes recurrentes retomados dentro de estas iniciativas, ya que evocan en el imaginario colectivo tanto la tradición culinaria del Caribe colombiano como la herencia afro en la región; esta última ha sido muchas veces invisibilizada y discriminada como consecuencia de los estereotipos raciales existentes en el contexto. Estas mujeres han sido al mismo tiempo exaltadas y olvidadas e incluso despreciadas<sup>72</sup> tanto por los gobernantes locales como por la población general.

Estas iniciativas presentan productos culturales -con fines comerciales- a partir de la apropiación de la imagen de la mujer palenquera, exaltando la diversidad étnica y cultural de la región, pero sus realidades nos siguen siendo ajenas y lejanas. Si bien, a través de algunos emprendimientos creativos se pretende reconocer y exaltar su valor en el espacio urbano barranquillero -y del Caribe, en general- como lo menciona Stephanie, lo que vende no es el valor o la importancia del trabajo de la mujer palenquera en la urbe, sino la forma de mostrarlo a través de una estética diferente a la cotidiana, la mercancía en la que

---

<sup>72</sup> Uno de los casos más polémicos ha sido presentado en Cartagena de Indias, donde las mujeres palenqueras vendedoras de frutas y dulces en el centro histórico han llegado a formar parte del atractivo turístico y han sido mostradas en campañas políticas como parte del patrimonio de la ciudad, pero quienes no cuentan con garantías para realizar su trabajo. Se encuentran en una posición de vulnerabilidad, llegando incluso a ser desplazadas de sus sitios de trabajo estacionarios por la policía.

las convierten. El rescate de la tradición -y la memoria a la que va articulada- se lleva a cabo asumiéndolas como productos de mercantilización, llegando incluso a plantear que el desconocimiento de lo tradicional responde posiblemente a un fallo en su comercialización:

Entonces cuando quizás decimos: bueno, si de pronto tomamos toda esta tradición y la mostramos de una manera más atractiva... porque puede ser eso, puede ser problema netamente de mercadeo, digámoslo así. Fíjate que se vuelve muy atractivo y la gente responde, la gente dice ¡Hay que chévere y tal! o se dan cuenta cuando mencionamos algún dato por redes sociales ... (Amarís, entrevista, 2015)

La dinámica fundamental en estas propuestas es retomar elementos y manifestaciones de la cultura para construir industria, dentro de las lógicas económicas neoliberales preexistentes. En ese contexto Amarís, haciendo referencia al trabajo desarrollado por Bololó Lab en torno a las leyendas del Caribe colombiano, apunta que existen industrias enteras desarrolladas en torno a historias, como es el caso de Disney; y comenta: “¿vamos a seguir sacando carbón, vamos a seguir vendiendo minerales afuera, vamos a seguir vendiendo petróleo? o sea, eso no es. Tenemos una cantidad de cosas aquí locales que se pueden aprovechar, entre esas las leyendas (Amarís, entrevista, 2015)”.

Se resalta el potencial y la importancia de los recursos simbólicos, como la base para el desarrollo de una industria sostenible, frente a los recursos naturales que tradicionalmente ha explotado y exportado el país y la región. Lo particular, en este caso, es que los discursos de estos emprendimientos giran en torno a

lógicas identitarias, promulgando el fortalecimiento del sentido de pertenencia y la apropiación de espacios en el marco del contexto urbano.

La puesta en escena y comercialización de dichos productos se lleva a cabo a través de diversos espacios, no sólo desde la venta directa de los mismos, las redes sociales, juegan un papel importante en su comercialización. Tanto Todomonos como Bololó Lab cuentan con páginas de internet y espacios en Facebook, Instagram y otras redes, en los cuales promocionan productos a la venta, nuevas colecciones y eventos. De hecho, Bololó Lab no cuenta con una tienda física, las compras se realizan contactándolos directamente a través de las redes sociales y en lugares como el Museo del Caribe o la Casa del Carnaval (Sede de la sociedad que organiza el carnaval), quienes comercializan algunos de sus diseños. El ciberespacio, no sólo es utilizado como herramienta para la difusión en el mercado cultural, sino también para la conformación y consolidación de contactos y redes nacionales e internacionales.

En la actualidad, la página web de Todomonos se encuentra en (re)construcción, pero sus cuentas en Facebook, Twitter y, sobre todo, Instagram están activas y actualizadas. Básicamente cuentan con un espacio para cada uno de sus establecimientos comerciales, en el cual promocionan eventos y lanzamiento de artículos, al igual que llevan un registro de las actividades realizadas. Por otra parte, Bololó Lab, si bien cuenta con espacios en las redes sociales, vemos un mayor énfasis en su página web.

Al abrir la página web de Bololó Lab lo primero que nos encontramos es su logo: su particular diseño de un mamón (pequeña fruta tropical muy común en la costa

caribe), y sus slogans: 'Te damos Caribe para llevar', 'El lado Caribe de la vida', 'Hacemos diseño que toca fibras'. En su página presentan quiénes son y promocionan sus diseños basados en el Caribe, sin embargo, como ya mencionamos, la línea de trabajo en la que más se han concentrado es el diseño industrial con empresas y la asesoría a las mismas. Uno de los apartados de la web, es el correspondiente al Blog *Recorriendo el mundo con ojos caribeños*, éste se encuentra activo desde el inicio del proyecto -antes de graduarse como diseñadores industriales- y muestra la evolución y desarrollo de su visión. Además, brinda un recorrido histórico por sus actividades, enfoques, perspectivas e intereses sobre la región y las redes internacionales que se han ido construyendo y que han influido en su trabajo. La serie de fotografías del 'mamón' con distintas ciudades del mundo de fondo -que fue publicada hace ya algún tiempo en su página de Facebook- es una metáfora de esas redes, contactos y actividades que trascienden las fronteras barranquilleras.

Y aquí regresamos al primer párrafo de este apartado. Bololó Lab basa su trabajo en lo que han denominado 'diseño que toca fibras', basado en el diseño emocional, como expresa Stephanie "... lo mejor que podemos hacer nosotros, a pesar de que somos diseñadores, es analizar las emociones. De hecho, hay teorías alrededor del diseño en general que se llaman diseño emocional y es con lo que tú te conectas realmente, con lo que a esa persona le mueve y le interesa" (entrevista, 2015). Pero, en este caso, esas fibras no sólo corresponden a la memoria colectiva y lo vivido en la cotidianidad visto como tradicional, también responde a pertenencias que se articulan más con el consumo que con la tradición vivida; un consumo de productos culturales 'cargados de identidad' que

me posibilita mostrarme como parte de un colectivo (la ciudad y la región en este caso), como aquella persona que conoce, reconoce y valora su entorno.

Nacer y crecer en la costa caribe colombiana y en una ciudad – como Barranquilla- con un multitudinario carnaval, implicó para mí una temprana interacción con la música y el baile en espacios públicos y privados. En este contexto, socialmente se espera que bailes desde temprana edad, no sólo los ritmos de moda, también los ritmos tradicionales que año tras año inundan a la ciudad durante los carnavales. El no lograr aprender a bailar, puede llevarte al ostracismo durante la adolescencia e incluso la adultez, pues la música y el baile son uno de los principales canales de socialización en la región. De allí, la presencia constante de la música caribe en mi vida y mi emoción al escuchar cualquier atisbo de sus sonoridades; ese mismo presente, en mayor o menor medida, en algunos de los emprendimientos que abordamos en este trabajo.

Es así como, al igual que los casos anteriores, los emprendimientos musicales también ‘tocan fibras’ en nuestro contexto. Estos han surgido espontáneamente, como el disfrute entre amigos alrededor de la música y el ingrediente local barranquillero y/o Caribe ha ido siendo aportado por sus integrantes; posteriormente se han perfilado como emprendimientos culturales, en parte, por la acogida que han tenido por un fragmento de la población. Sobre sus inicios nos comenta Marlon Peroza, vocalista y gaitero de Stereocuco

... entonces nosotros poco a poco, sin querer queriendo, fuimos construyendo un sancocho<sup>73</sup> musical y, que en última, era lo que alguna vez Andrés y yo quisimos que era crear una agrupación para divertirnos, para decir y hacer lo que quisiéramos sin ningún canon que nos estableciera a nada y rompiendo algunos estándares, rompiendo algunos esquemas. Pero no a propósito, simplemente porque cada músico es así, cada artista es único ... (entrevista, 2016)

De esta forma, son iniciativas que nacen y se desarrollan por fuera del mainstream, apartados de las propuestas musicales más comerciales, con fusiones musicales particulares o, como expresa Marlon: un “sancocho musical”, haciendo referencia a una mezcla de diversos componentes. Sus propuestas, no sólo fueron afianzándose desde sus estilos particulares en ritmos e instrumentos considerados parte del folclor de la región, sino que incluyeron sonidos electrónicos, funk, hip-hop, entre otros, los cuales no forman parte del mainstream en la ciudad, por esta razón, atrajeron a un público específico que, de una u otra forma, ya se encontraba en contacto con tendencias ‘underground.’ Construyeron fusiones que se diferían en esos términos de las propuestas ya conocidas de artistas como el Joe Arroyo o Carlos Vives, quienes igualmente habían retomados ritmos tradicionales del Caribe colombiano como la cumbia, el vallenato o el chandé y los habían comercializado ampliamente.

---

<sup>73</sup> El sancocho es una sopa consistente que se encuentra en toda Colombia (con sus variaciones regionales), tiene como base uno o varios tipos de carne, verduras y carbohidratos como la papa, el plátano macho, la yuca y/o el ñame, dependiendo de la zona. Al referirse a un sancocho de música hacen alusión a la mezcla que conforma un todo armonioso.

Tanto sus vínculos con tendencias y ritmos por fuera de las corrientes comerciales principales, como su utilización de ritmos considerados tradicionales en la región para sus creaciones, imbuyen a estas propuestas de un aura de autenticidad y exclusividad, generando diferenciación social para quienes los consumen y ampliando su capital simbólico; cumpliendo, de esta forma, con la función social de legitimación de las diferencias sociales, de las que nos habla Bourdieu al abordar el consumo cultural (2003). Estas iniciativas juegan en un espacio intersticial y, en cierta medida contradictorio. Por un lado, tratando de abrirse paso en escenarios de consumo masivo -a través de la resignificación de la tradición para su comercialización-; por otro, insertos en el mercado de lo auténtico desde lógicas identitarias, con un componente social expresado en ocasiones como crítica directa a los cánones establecidos, pero más frecuentemente como intentos de visibilización de lo cotidiano y la cultura popular.

En esta línea, tenemos a Systema Solar. La parte visual de sus espectáculos y de su imagen como grupo se centra igualmente en referentes caribes y/o urbanos, haciendo un particular énfasis en la estética de la verbena y el picó, ya no sólo desde el diseño como Todomono, sino también en su propuesta musical. Sus creaciones musicales tienen una fuerte influencia en músicas africanas y afrocaribes, algunas de las cuales son fundamentales en las programaciones musicales de gran parte de los picós del Caribe colombiano.

Es importante resaltar que, durante mucho tiempo, tanto la verbena -como espacio de encuentro y disfrute- como los picós y gran parte de la música que en ellos se reproduce, han sido menospreciados, tachados de vulgares y

corronchos (orteras), por parte de la población urbana barranquillera que no vive en los barrios populares donde normalmente se llevan a cabo estos eventos. Algo similar a lo ocurrido con la imagen del coeto y/o la coletera que se reivindica desde la propuesta de la agrupación Colectro.

La resignificación y puesta en escena que han hecho estos colectivos de formas y ritmos que habían sido discriminados durante mucho tiempo, los ha puesto en valor frente a un sector de la clase media de Barranquilla interesado en explorar a lo que ha sido denominado en las últimas décadas (S.XXI) ‘nuevas sonoridades del Caribe colombiano’; una categoría que aglutina fusiones de músicas consideradas tradicionales en el caribe con otros ritmos y que ha generado unos circuitos alternativos al mainstream en la región. Algunas de estas propuestas de música urbana giran en torno a lógicas identitarias alrededor del referente Caribe asociadas a procesos de patrimonialización cultural. Si bien, lo que se vende y se consume a través de estas propuestas son reinterpretaciones inspiradas en referentes tradicionales y de la cultura popular, al evocar su arraigo con lo auténtico aumenta tanto su valor simbólico como su precio.

Como vemos, las propuestas musicales que abordamos se están alimentando de manifestaciones musicales provenientes de toda la región Caribe, las cuales han tenido espacios muy específicos de manifestación y reproducción durante décadas en la ciudad de Barranquilla, siendo el Carnaval el más representativo de ellos. Como comenta Walter Hernández: (...) Y estábamos viviendo en Bogotá y nos dimos cuenta que toda la música que estábamos haciendo, estábamos ... es muy de todas las memorias del Caribe con los diálogos con las otras músicas del mundo ta ta ... (entrevista, 2016). Desde las memorias tanto vividas como

imaginadas del Caribe se integran al mercado cultural generado por la World Music, haciendo nuevos aportes a la música regional a través de la fusión.

En el caso de Stereocuco, tanto la influencia de la música afrocaribe, la gaita tradicional indígena y las vivencias desde la cotidianidad del pueblo de sus compositor y vocalista, han permeado su propuesta; al igual que las influencias del rock, la música electrónica y las temáticas urbanas que abordan en sus canciones. Justamente, siguiendo la tendencia de las denominadas Músicas del Mundo, podemos apreciar cómo, el grueso de los ritmos tradicionales y de la cultura popular en los que inspiran sus creaciones, se encuentran articulados a referentes étnicos afro e indígenas. Ritmos que, en el contexto urbano barranquillero, aunque son escuchados y bailados, se encuentran presentes sólo en espacios/tiempos particulares, principalmente durante los carnavales. Como consecuencia de ese 'acceso restringido' a los mismos, les podemos asignar el carácter de bienes escasos, lo cual influirá en dos aspectos: primero, su potencial de patrimonialización, como consecuencia de ser percibidos como bienes culturales con necesidad de protección; segundo, su potencial de ser exotizados, al exaltar sobremanera aquello que diferencia de lo que se escucha más comúnmente. Llevando eso último, indirectamente, a exotizar aquello relacionado con lo indígena y lo afro.

De esta puesta en valor de productos creados a partir de la resignificación de referentes tradicionales y de la cultura popular dentro de lógicas identitarias, se han visto afectados, igualmente, los paladares de la urbe. Como nos comenta el chef Alex Quessep, uno de los objetivos desde los emprendimientos que propone es fortalecer la oferta gastronómica de la región desde la cocina tradicional

Entonces ya empieza, ya ahí empezamos, se empieza a abandonar el fundamento de lo que es el alimento, ya nos desligamos de lo que es la tradición y empieza lo que es la oferta gastronómica, que yo divido dos cosas que son: para mí una cosa es la oferta gastronómica y para mí otra cosa es la cocina tradicional. La cocina tradicional puede hacer parte de la oferta gastronómica, pero es la única que habla del país, de cualquier país; la oferta gastronómica puede ser ajena, puede ser atemporal o puede ser impersonal, la oferta gastronómica es decir... vamos a Bogotá que en Bogotá hay restaurantes de todo tipo hay comida china, japonesa, vietnamita, tailandesa, italiana, esa es la oferta gastronómica (...) Barranquilla, pero no habla de la identidad de un sitio. La identidad de un lugar, desde mi perspectiva, la asocio a lo que tiene un lenguaje propio con elementos o ingredientes propios o característicos y hace parte de una tradición y de una historia y está arraigado a un contexto sociocultural, de lo contrario son ofertas gastronómicas básicamente. (entrevista, 2015)

Al igual que en las propuestas creativas anteriormente abordadas, la visibilización de aquello que se considere representativo de la región Caribe colombiano toma un papel central dentro del discurso que sustenta las iniciativas de Quessep. En este caso, la identidad Caribe se mostrará a través de la cocina tradicional, como representante de lo auténtico de la región “la única que habla del país”. Es una propuesta que busca poner en valor una identidad regional, construida desde el referente Caribe, a través de su comercialización.

Ya que es una cocina a la cual podemos tener acceso no sólo a través de aquello que se ofrece en las calles a muy bajo precio, como mencionábamos en el capítulo

anterior, sino en las cocinas de nuestros hogares, la oferta gastronómica a la que se refiere es aquella que principalmente se le ofrece al turista o a quienes puedan permitírselo económicamente, en un país donde el poder adquisitivo de la mayor parte de la población lleva a considerar como un lujo el comer fuera de casa. Reproduciéndose así las dinámicas de consumo ya existentes en la urbe.

A parte de sus proyectos como empresario (dueño de restaurantes), para lograr su objetivo, Quessep ha trabajado también en diversas iniciativas como investigador y como asesor de las poblaciones a quienes se dirigen a través de charlas y talleres, tanto en Barranquilla como en otras localidades de la región. Esto lo ha desarrollado por medio de proyectos con entidades gubernamentales y con ONGs, las cuales buscan la potenciación de la oferta turística y/o el fortalecimiento económico de grupos específicos, con miras al desarrollo de economías sostenibles en estas comunidades. Son trabajos que Quessep realiza a partir de los referentes gastronómicos de la población, “con una conciencia de un alimento bueno, limpio y justo”, y con un enfoque claramente comercial. Para ello se concentra en el máximo aprovechamiento de la materia prima (‘el ingrediente’) con el fin de darle herramientas a las familias para generar una economía sostenible “a partir de un modelo de negocio”, como él mismo comenta (Quessep, entrevista, 2015).

Como vemos, se busca fortalecer una identidad colectiva en torno a Barranquilla y el Caribe, a través de la puesta en valor de lo cotidiano y de aquello considerado tradicional. Las propuestas que presentan, como producciones creativas que son, suponen reinterpretaciones y resignificaciones de los referentes culturales que retoman, en este proceso de apropiación dichos referentes son

descontextualizados, resignificados etnizados, exotizados y puestos en valor en circuitos mercantiles en el marco de las industrias culturales, aumentando sus precios. Estos se convierten entonces en productos diferenciadores y de prestigio para las clases medias y altas, que son quienes tienen acceso a los mismos. Si bien pretenden afianzar dinámicas y prácticas identitarias en torno a referentes urbanos y regionales, la mercantilización de dichos referentes lleva a que esa identificación se genere principalmente en torno a prácticas de consumo, desdibujándose las realidades -muchas veces conflictivas- de Barranquilla como ciudad caribe. Por su parte, a través de estas prácticas de consumo se reproduce la segregación, exclusión y fragmentación ya existentes en la urbe.

A continuación, apreciaremos a través de algunas propuestas creativas de negocio, esa resignificación de la cultura popular y la tradición, representada principalmente a través de referentes etnizados, que se ha consolidado como uno de los ejes principales en la mercantilización y comercialización dentro de las lógicas identitarias por parte de estos emprendimientos.

### Caribe etnizado, cultura popular y tradición: ejes en la mercantilización de la ciudad neoliberal

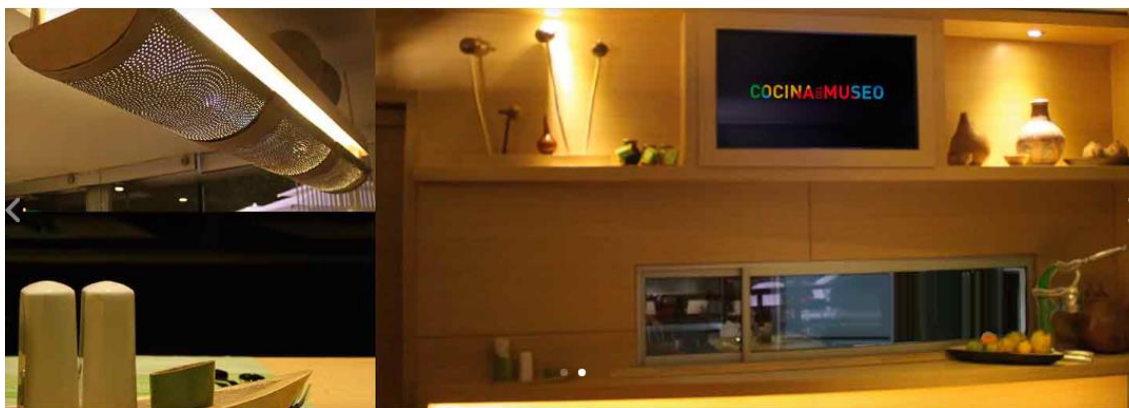
Hace algún tiempo un buen amigo -que como yo vive fuera de Colombia- comentaba que, lo que más se extraña y hace recordar 'la tierra' en el extranjero, es la comida. Sabemos que las cocinas no sólo suplen la necesidad de alimentarnos, son múltiples las dinámicas que se desarrollan en los distintos contextos en torno al alimento: las redes sociales, los imaginarios, memorias e

identidades que se tejen en torno al mismo y, por supuesto, su promoción y comercialización.

Alex Quessep es descendiente de inmigrantes libaneses y, como él frecuentemente comenta, la biculturalidad con la cual creció en su hogar se evidencia en su cocina. Además de su restaurante Zaitun -donde se aprecia una fuerte influencia de la comida árabe y mediterránea con un marcado toque de la comida caribe colombiana- Alex también es asesor de La Cocina del Museo. Este establecimiento forma parte integral del Parque Cultural del Caribe. De unos 10 mts<sup>2</sup> con un par de mesas en su interior, ubicado a la entrada del Museo del Caribe, ofrece almuerzos (menú al medio día), así como platos a la carta, algunas picadas, postres y bebidas. Sus comensales comúnmente son personas que trabajan en el museo y algunos de sus visitantes. En palabras de Quessep, en este sitio se ofrece "... un menú totalmente mestizo, un menú que involucra todo, que involucra un sentir, que involucra el andar, que involucra lo urbano y también lo rural" (entrevista, 2015). Al hablar de lo mestizo hace referencia a la mezcla, desde diversos referentes étnicos y culturales, que conforma su creación. De esta forma, hace evidente la diversidad que busca aglutinar y reflejar en su propuesta gastronómica.



**Imagen 65. La Cocina del Museo 1.** Mientras Quessep diseñó la carta de, el concepto estuvo a cargo de Bololó Lab. En este caso, un diseño sencillo donde el color marrón claro predominante en el lugar es adornado por utensilios de las cocinas de la costa caribe y algunos toques de colores vivos. (Página oficial Bololó Lab <http://bolololab.com/project/cocina-del-museo/>, acceso abierto)



**Imagen 66. La Cocina del Museo 2.** En La imagen podemos apreciar parte del interior de La Cocina del Museo. En la parte izquierda superior, como decoración, encontramos ralladores artesanales hechos con aluminio y madera; estos se usan con el fin de rallar alimentos como el coco o la yuca, para las preparaciones de la región. Al fondo, vemos algunas totumas y achioteras<sup>74</sup> artesanales. (Página oficial Bololó Lab <http://bolololab.com/project/cocina-del-museo/>, acceso abierto)

<sup>74</sup> La achiotera es un utensilio en el cual se introducen las semillas de achiote para extraer la esencia de este mediante su infusión en un líquido caliente, pudiendo ser este aceite o cualquier caldo o sopa. Puede estar hecho de aluminio o, como en este caso, de totumo y madera.

Este caso coincide con la tendencia -que se ha evidenciado cada vez más en los últimos años- de conjugar la exaltación de la cocina caribe con las propuestas desde el diseño. Ello se ha visto reflejado, principalmente, en la apertura de un par de restaurante de comida regional, quienes han contado con *Todomonono* como encargados del concepto de decoración de estos.

En primera instancia, tenemos al restaurante *Cucayo*. Ubicado en la zona norte de la ciudad, en una calle entre residencial y comercial, es un restaurante especializado en comida del Caribe colombiano. *Cucayo* es el nombre que le damos al arroz que se pega y tuesta en la olla cuando se cocina, comúnmente de color dorado y textura crocante, es muy apreciado en la región Caribe. En muchos casos, se encuentra amarrado a recuerdos de infancia pues, debido a su escasez, hermanos y primos se peleaban por ‘raspar el *cucayo* del caldero’. Este es consumido, comúnmente, revuelto con el guiso de la carne, queso fresco salado rayado, suero (una especie de queso líquido, similar a la crema agria) o solo.

En *Cucayo* se puede identificar fácilmente la estética manejada por *Todomonono*: el estilo de sus diseños y colores. La primera sede del restaurante se encontraba<sup>75</sup> ubicada al norte de la ciudad, en una casa del barrio Porvenir (Barrio vecino del Prado), cuyo frente fue modificado basándose en reminiscencias del estilo ArtDeco que se desarrollara a partir de los años 20 en

---

<sup>75</sup> Ha sido una de las sedes cerrada como consecuencia de la crisis sanitaria y económica generada por el COVID-19. Aunque aún subsisten otras sedes más al norte de la ciudad y en centros comerciales, esta fue hasta su cierre la más emblemática y las demás siguen patrones similares en su diseño.

la ciudad y cuya mayor parte de edificios han sido demolidos con el fin de construir nuevas edificaciones.



**Imagen 67. Restaurante Cucayo 1:** vestido de carnaval, 2020. Al llegar, nos encontramos con una amplia terraza y, al entrar, apreciamos una explosión de colores que toman forma en cuatro temáticas particulares relacionadas con la ciudad. (Instagram oficial Cucayo <https://www.instagram.com/p/B8UghtZh4XK/>, acceso abierto)



**Imagen 68. Restaurante Cucayo 2.** A mano derecha de la entrada encontramos un área cuyas sillas asemejan las de los autobuses urbanos barranquilleros, así como la colorida decoración de los mismo. La música de las emisoras, muchas veces a alto volumen, su decoración ecléctica y colorida (desde santos hasta pegatinas de personajes de la Warner) y la alta velocidad e incluso descuido con que son conducidos constantemente, han llevado a convertirlos en una referencia en la ciudad. (Tripadvisor, 2016 [https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g297473-d6594469-i232032474-Cucayo-Barranquilla\\_Atlantico\\_Department.html](https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g297473-d6594469-i232032474-Cucayo-Barranquilla_Atlantico_Department.html), acceso abierto)



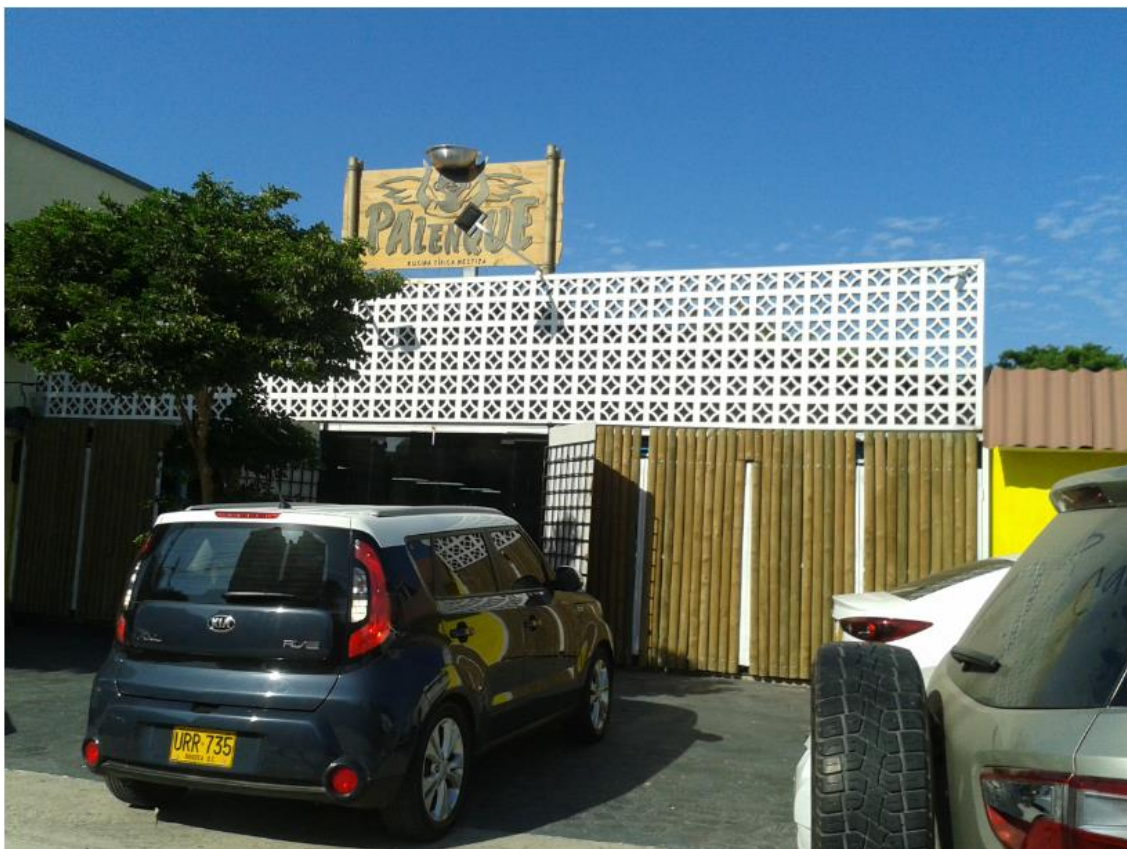
**Imagen 69. Restaurante Cucayo 3.** A mano izquierda, frente al 'bus', vemos una barra con una clara referencia al equipo de fútbol barranquillero: el Junior. En el techo, se encuentra pintada la bandera de Barranquilla, mientras que las paredes están cubiertas por los colores del 'Tiburón', como llamamos al equipo. No sólo el equipo, sino el fútbol en general, son factores aglutinantes en Barranquilla, sobre todo, teniendo en cuenta que la ciudad es la casa oficial de la selección Colombia, el sitio donde llevan a cabo normalmente sus entrenamientos y sus principales partidos en el contexto nacional. (Tripadvisor [https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g297473-d6594469-i97614925-Cucayo-Barranquilla Atlantico Department.html](https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g297473-d6594469-i97614925-Cucayo-Barranquilla_Atlantico_Department.html), acceso abierto



**Imagen 70. Restaurante Cucayo 4.** Adentrándonos más en el local, la decoración se encuentra inspirada en el Carnaval de Barranquilla y en las verbenas o casetas (K-Z) populares, por supuesto, incluyendo la representación de un picó. Al fondo de la imagen, nos encontramos con dos grandes ojos pintados en la pared; la reinterpretación de alguna máscara tradicional de carnaval. (Facebook oficial Cucayo, 2015 <https://www.facebook.com/1563284720605424/photos/a.1563285083938721/1563285093938720/>, acceso abierto)

De hecho, como ya habíamos mencionado, la primera sinergia entre pintores de la gráfica popular y los diseñadores de Todomono, se dio en el marco del diseño del concepto de este restaurante. Esta ambientación con referentes visuales barranquilleros va de la mano con los platos ofrecidos en el restaurante: alimentos que podemos ver en las mesas y cocinas de la región y, por supuesto, el cucayo está presente y a la venta.

Por otro lado, tenemos a *Palenque*, el restaurante cuya decoración principal es esta población -fundada por cimarrones<sup>76</sup>- que ya mencionamos en capítulos anteriores. San Basilio de Palenque, es el tema principal para el concepto de la decoración de este restaurante.



**Imagen 71. Restaurante Palenque 1.** Su sede principal se encuentra igualmente al norte de la ciudad y cuenta con dos más en plazas de comida de centros comerciales de la localidad norte-centro histórico. Está ubicado en una de las principales calles de Barranquilla, la cual atraviesa la ciudad de norte a sur, en un área mayormente residencial. Foto propia, 2016.

Al entrar, la primera impresión fue que estaba apreciando una estética para mi conocida, pero no logré identificarla inmediatamente; aún no sabía que los diseñadores de Todomono se habían encargado del concepto, pero cuando

---

<sup>76</sup> Cimarrones se les denominó a las personas negras esclavizadas que escapaban de sus amos.

pregunté, pude confirmarlo. Una de las principales diferencias a nivel visual que pude apreciar, es que este restaurante se encuentra menos saturado de color que Cucayo. A mano izquierda de la entrada hay una barra de fritos de la región (arepas, empanadas de maíz fritas, carimañolas, etc).



**Imagen 72. Restaurante Palenque 2.** En el techo, a manera de lámparas: grandes cestos hechos de fibra vegetal, como aquellos que se utilizan para transportar distintas cosas -desde frutas hasta ropa- en nuestras poblaciones caribes. Igualmente, cuelgan tambores como decoración del salón, haciendo alusión a la influencia afro en la música de la región. Foto propia, 2016.



**Imagen 73. Restaurante Palenque 3.** A mano derecha, entre poncheras dibujadas con frutas de la región, la palabra ALEGRIA. Alegría en este contexto puede tener, al menos, dos significados: aquel que denota una emoción y/o un dulce tradicional de la costa caribe hecho con millo, mela(d)o de caña, coco y anís, por lo que es común decir que estamos en el único sitio donde la alegría se come. Foto propia, 2016.

En un segundo salón, hacia el fondo del local, encontramos un espacio de paredes negras cubiertas con imágenes de personajes, principalmente representantes de la música de Palenque y la costa caribe colombiana. El techo se encuentra cubierto de fibras vegetales en distintas presentaciones y, en la parte alta de las paredes, hay una frase escrita en lengua palenquera.



**Imagen 74. Restaurante Palenque 4.** En una de las paredes podemos observar un gran espejo con la forma del mapa del continente africano, rodeado por la primera frase de la canción *La Rebelión*, del cantante cartagenero Joe Arroyo (Q.E.P.D.), la cual habla de la esclavitud en la época colonial: “Quiero contarles un pedacito de la historia nuestra, de la historia negra”. El local remata con un patio (terraza) al aire libre en la parte trasera. Foto propia, 2016.



**Imagen 75. Restaurante Palenque 5.** Por su puesto, encontramos también presente la imagen de la mujer palenquera, cuya recurrencia en el imaginario de lo que compone lo étnico en el Caribe colombiano, dentro de estas iniciativas, es recurrente. Foto propia, 2016.

En las redes sociales del restaurante podemos apreciar algunas imágenes aleatorias de pobladores e íconos de San Basilio de Palenque, al pie de las cuales brindan una breve explicación sobre estos. El nombre completo del restaurante es *Palenque, kusina<sup>77</sup> típica mestiza*. De nuevo aparece lo mestizo en la gastronomía como referencia a la mezcla cultural y étnica. Una imagen étnica o más bien etnizada de la cocina regional, aquella amarrada a la herencia negra

<sup>77</sup> Kusina: vocablo en lengua palenquera que significa cocina.

Caribe. Por su parte, ese 'mestizaje' nos da cabida a todos, dentro de la etnización y consumo gastronómico.

La imagen de Palenque se convierte en la marca que el restaurante vende. Es una población que generalmente ha sido recordada por su música y para la comercialización de sus referentes culturales, pero que, económica, social y políticamente ha sido olvidada y discriminada durante mucho tiempo, tanto por el color de piel de sus habitantes como por su lengua. Elisabeth Cunin, en su libro *Identidades a Flor de Piel* (2003) expone -mucho antes del surgimiento de estos emprendimientos- como San Basilio de Palenque ha sido tomado como referente de lo afro por excelencia "A través de la recuperación de la memoria, la valorización de un determinado número de rasgos culturales y el olvido de otros, y la puesta en escena de una historia común, Palenque de San Basilio es hoy en día considerado como un territorio africano en Colombia" (p. 243).

La comida que ofrece, al igual que en Cucayo, son platos típicos de la región caribe colombiana. De Palenque sólo se retoma el nombre, algunas imágenes y reminiscencias de la lengua para comercializar la comida que, comúnmente, están presente en las mesas del Caribe colombiano. Las preparaciones no varían mucho de las que normalmente consumimos y, salvo algunas curiosidades en la presentación como servir las sopas en pequeños calderos o los dulces sobre el busto en madera de una mujer palenquera, no hay mucho de innovador en su cocina. La innovación se presenta principalmente en el diseño del local, que va a constituir la imagen de marca. Ambos son sitios donde los precios claramente no están dirigidos a las clases populares, aunque son ellas la fuente de inspiración para los mismos. Si bien los precios no resultan exorbitantes, incluso quienes

tienen un poder adquisitivo medio, considerarían consumir allí más de una vez por semana.

Con este interés de fusionar gastronomía con diseño, encontramos una iniciativa específica de Todomono. En 2016 llevaron a cabo la apertura de dos bares, en zonas comerciales del norte de la ciudad. El concepto de los bares gira en torno a las tiendas de barrio tan populares en Barranquilla: aquellos sitios donde vas a comprar cotidianamente y, a precios muy económicos, los productos tanto de alimentación como de limpieza del hogar y un poco más. Son locales semejantes a los negocios que comúnmente regenta población china en Madrid. Estas tiendas de barrio, además de encontrarse en casi todas las calles de los barrios residenciales de la ciudad y proveernos de productos de uso cotidiano, son lugares de encuentro y socialización de vecinos y amigos y, en ocasiones, prestan otros servicios como preparar y vender ‘almuerzos corrientes’ o corrientazos. Allí, tanto dentro como en sus terrazas (en caso de que la haya), amigos y vecinos se reúnen a tomar cerveza durante las calurosas tardes caribes<sup>78</sup>. De allí el slogan de la propuesta de Todomono “La Popular, su tomadero de confianza”.

---

<sup>78</sup> A partir de 2017 se han venido presentando inconvenientes con esta práctica extendida en toda la región, pues un nuevo código nacional de policía (establecido desde Bogotá) prohíbe el consumo de alcohol fuera de los establecimientos. En la ciudad aún se está discutiendo -por parte de sus pobladores- cómo gestionar esto, que algunos han considerado en contra de nuestras costumbres, sobre todo por las implicaciones que ello conlleva en épocas de carnaval y precarnaval. Aunque es de anotar que los dirigentes de la ciudad han establecido decretos durante las fiestas para posibilitar, durante las carnestolendas, algunas prácticas restringidas por el nuevo código.



**Imagen 76. La Popular 1.** En las imágenes apreciamos los locales ubicados al norte de la ciudad, en los cuales, además de beber y picotear, por la noche de los fines de semana, los asistentes también pueden bailar. Fotos propias, 2019.

Ambos bares se encuentran decorados con diseños alusivos a los elementos y frases presentes en las tiendas de barrio. Pensados como sitios para beber y picotear principalmente, a diferencia de las tiendas -abiertas desde primeras horas de la mañana hasta las 21:00-22:00 horas-, estos bares se encuentran abiertos a partir de las 17:00 hasta la media noche y son promocionados como sitios para reunirse y tomarse unos tragos después del trabajo. Una de las sedes, aquella ubicada más al norte de la ciudad, ofrece igualmente una carta de comida de jueves a domingo durante el mediodía 12:00-14:00). Estos sitios siguen una línea similar a la de Cucayo y Palenque con los platos de la región en términos de preparaciones y precios, pero en este caso, apreciamos más innovación en la propuesta de bebidas, cocteles y refajos (mezcla de cerveza con otras bebidas).



**Imagen 77. La Popular 2.** Entrada de uno de los locales. Si bien su decoración se encuentra inspirada en la tienda de barrio, estéticamente son muy diferentes, como apreciamos en el tercer capítulo. (Instagram oficial La Popular, 2018 <https://www.facebook.com/lapopularplaza/photos/262885144243101>, acceso abierto).

Estos sitios, desde su nombre ‘La Popular’, buscan ser una exaltación de la cultura popular, invitar a la apreciación y respeto de esta. Sin embargo, en este proceso, se exotiza aquello que se quiere mostrar y se le pone un precio elevado, a través de la reinterpretación y mercantilización de las cotidianidades barranquilleras, al que las clases populares de la ciudad no pueden acceder. Recordemos que, como se menciona en el tercer capítulo, la ciudad no carece de sitios donde se venda la comida tradicional de la región, a precios muchos más bajos y sin mucha publicidad. Igualmente, hay sitios de comida tradicional con precios más altos que, sin embargo, adolecen de esa ‘estética Caribe’ de los locales anteriormente abordados.

En los sitios de estética Caribe, hay chefs que impulsan el trabajo con materia prima de la región, algunos se aventuran y crean nuevos platos a partir de conceptos, técnicas y/o ingredientes presentes en el Caribe colombiano. Sin embargo, lo que estamos consumiendo a través de estas propuestas son principalmente conceptos de diseño, las marcas que se han ido construyendo e inspirándose en las cocinas caribes; pagamos por conceptos.

Por un lado, tenemos la presentación a partir una estética diferente y, en esa medida llamativa, de elementos articulados a la tradición inventada, desde la selección y resignificación, principalmente, de referentes etnizados y de la cultura popular. Desde allí, las propuestas generan espacios donde ofrecen una experiencia estética y de socialización en torno a la gastronomía. Por otro lado, venden la idea del rescate y la preservación del patrimonio cultural de la región a través del consumo; que nos encontramos más cerca de dicho patrimonio, en la medida en que consumimos públicamente (en contextos distintos a la calle) elementos resignificados de la tradición y de la cultura popular que han sido comunes en el ámbito privado. La mercantilización y puesta en escena de estos productos culturales en el entorno de la restauración, no sólo les aumenta el precio a los productos, sino también el estatus a sus consumidores.

Estos son locales de moda en la ciudad, por lo que no es lo mismo comerse una arepa de huevo en uno de ellos que en la fritanga que se encuentra frente a la tienda del barrio, en la esquina de la casa; o un pescado frito en un pequeño local del centro de la ciudad, que uno preparado en estos sitios. El consumo en estos restaurantes no sólo constituye un indicador de un mayor estatus social, también implica una especie de despliegue del bienestar económico de quienes pueden

costearse comer en dichos lugares e, incluso, por algunas personas que siguen la narrativa de revaloración de lo propio, puede ser visto como una mayor aproximación a esos referentes tradicionales y de la cultura popular. Estas experiencias (de comer en dichos establecimientos), forman parte de una ficción de revaloración de la tradición; mientras muchas de ellas no se acercarían a restaurantes del centro a consumir los mismos productos (a precios muchos más económicos), muestran su gusto y apoyo a la gastronomía tradicional con prácticas que evidencian la estratificación y fragmentación urbana de la cual hemos hablado.

Son productos que, si bien están diseñados para acercarnos a las tradiciones regionales y a la cultura popular, nos alejan de ella pues no están pensados para el consumo de las clases populares; he ahí su mayor contradicción. De esta forma, nos sitúan en un espacio intermedio, entre el diseño y la gastronomía consideradas como arte y las creaciones de la cultura popular, desde su apropiación y resignificación. Son espacios intersticiales de consumo que articulan redes económicas, simbólicas y sociales de la urbe y, en los cuales, se tiene contacto con lo que se considera popular a través de los conceptos de diseño, aunque social y económicamente no nos acerque a esas realidades. Partiendo de esto, las propuestas han tenido acogida, han crecido y se han mantenido hasta el momento, en una ciudad donde son pocas las iniciativas comerciales que perduran en el tiempo pues, después de pasada la moda, decaen rápidamente.

Siguiendo esta línea de revaloración de lo caribe, Bololó Lab hace fuerte hincapié en lo regional. De hecho, los slogans del colectivo son frases como 'El lado Caribe

de la vida, encuéntralo con nosotros', 'Te damos Caribe para llevar, compra un producto Bololó Lab'. A través de las entrevistas, pudimos apreciar una fuerte etnización de aquello que se percibe como tradicional, considerando esto más amarrado a las herencias indígenas y afro del Caribe

Nosotros como puerto tendemos a eso, o sea Barranquilla como puerto y por recibir alemanes, italianos... de todo y por esta idea que estábamos comentando ahorita acerca de 'lo mejor es lo que viene de afuera' 'lo mejor nunca va a ser ni lo negro ni lo indígena'. Entonces tendemos a pensar que el alemán -porque viene con su acento raro y un apellido diferente y un físico 'blanquito ojos claros'- es mejor o me hace como mejor que el local, que de pronto la tradición indígena, que la tradición negra porque la tradición negra y la indígena está por debajo de .... Es la concepción en general. (Amarís, entrevista, 2015)

Como vimos en el capítulo 2, Colombia fue considerada durante mucho tiempo como una sociedad mestiza, invisibilizando la diversidad étnica y cultural, pues esa concepción de mestizaje hacía referencia a una mezcla donde 'lo blanco' y la herencia europea tenía prevalencia y era estimada sobre cualquier otro aspecto que pudiera configurar nuestras identidades. Nuestra sociedad mestiza es, de esta forma, una sociedad blanqueada (Wade, 1997) y homogeneizada. No es sino desde hace 30 años, con la constitución de 1991, que los referentes étnicos comienzan a tomar protagonismo social, político y, posteriormente, como vemos a través de estas iniciativas creativas, económico.

Si bien existe herencia afro e indígena en nuestras manifestaciones culturales cotidianas, el grueso de la población que genera y consume estas propuestas se considerada mestiza o sin una identidad étnica particular. En el marco de los discursos de estas propuestas, lo étnico es digno de ser rescatado y revalorado como propio, pues ha sido sistemáticamente negado y discriminado. Además, de cierta forma responde "... al imaginario de diversidad proyectado por la cultura consumista" (Yúdice, 2002, p. 2003). En este proceso, estamos imaginando y construyendo lo étnico (afro e indígena, en este caso) desde su resignificación, venta y consumo.

Además de esta etnización, en el marco del discurso de estos emprendimientos, la tradición es vista como aquello que se hereda de generación en generación y que es cambiante: "Para mí lo tradicional es lo que hacía mi mamá, lo que hacía mi abuela, lo que hacía mi bisabuela, lo que siempre ha estado inmerso en la cultura que obviamente, de generación en generación, cambia..." (Insignares, entrevista, 2015); es abordada como algo que se está perdiendo y debe ser rescatado. En este sentido, los promotores de dichas propuestas se convierten en abanderados del rescate cultural, bajo el estandarte de patrimonio. Esto lo podemos apreciar explícitamente, por ejemplo, en la placa que se encuentra a la entrada de la tienda Mono, donde reza: 'En este espacio se salvaguarda el patrimonio del Caribe'.



**Imagen 78. Placa a la entrada de la Tienda Mono**, a través de la cual se autoproclaman protectores del patrimonio de la región. Foto propia, 2015.

Vemos entonces, que lo tradicional es percibido como lo auténtico y muchas veces étnico, articulado al pasado. Sin embargo, como expuso Martín-Barbero (2015):

El pasado deja de ser parte de la memoria y se convierte en ingrediente puramente estilístico: el del pastiche, que es la operación estética mediante la cual se pueden mezclar los hechos, las sensibilidades y estilos de cualquier época sin articulación con los contextos y movimientos de fondo de cada época. (p.18)

Se presenta una contradicción de vivir en un pasado que constantemente construyen a través de sus propuestas pretendiendo/ esperando fortalecer una propuesta identitaria y de sentido de pertenencia con la urbe actual, pero como

acota este autor (2015): "... un pasado así no puede iluminar el presente, ni relativizarlo, ya que no nos permite tomar distancia de la inmediatez que estamos viviendo..." (p. 18). De esta forma, las iniciativas presentadas por estos emprendimientos se constituyen como propuestas que, en vez de fortalecer los sentidos pertenencia con la urbe y la región, han llegado a exotizar y elitizar la tradición viva.

Por ejemplo, los integrantes de Bozá recuerdan que, aunque siendo más jóvenes Ailan percibió la música de gaitas como música 'de viejos', años más tarde se enamoró de ella. Ya viviendo en Barranquilla, su padre -artista escénico- llevo unas gaitas a su casa y allí comenzó el acercamiento. Sin embargo, fue una aproximación desde el extrañamiento y, en cierta medida, desde la exotización del instrumento y su música. Ailan se apropió del instrumento desde sus vivencias personales, viéndolo como algo amarrado a una tradición 'auténtica', lejana.

Sí, fue precisamente cuando llevan unas gaitas a la casa y nosotros pues de curiosos nos pusimos a aprender a tocarla. Y pues el lugar que hizo que la idea me cambiara y me transformara para conocer realmente fue el *Festival de Gaitas de Ovejas Sucre*. Cuando fuimos por primera vez, pues ya me encontré con otro mundo, un mundo totalmente fascinante, exótico, autentico y que de una me sentí identificado. Yo como joven del Caribe dije: ese es el instrumento que yo voy a escoger a partir de ahora para realizar mi carrera. (Manjarrez, L, entrevista, 2015)

En sus palabras, trabaja y desarrolla en su emprendimiento cultural algo exótico con lo que a su vez se siente identificado, estas afirmaciones nos llevan a pensar que la exotización de lo Caribe se encuentra arraigada en nuestras autoadscripciones y pertenencias, desbordan incluso los intereses comerciales y mercantiles de los emprendimientos que analizamos. Vemos a lo caribe como exótico y nos identificamos con ello. La exotización no sólo vende, ha llegado a influir nuestras pertenencias, la construcción misma de nuestras identidades caribes.

Apreciamos cómo la etnización de los referentes culturales caribes, así como la exaltación de la cultura popular y la tradición se han configurado como ejes centrales en el desarrollo de estas propuestas. De esa forma, las presentes iniciativas se articulan con un mercado cultural - en el cual se resalta el valor de lo local y lo étnico, frente a la mundialización generada por la globalización- aportando a los esfuerzos, desde las políticas neoliberales, de situar a Barranquilla como una ciudad culturalmente competitiva a través del consumo cultural.

Teniendo esto en cuenta, en el siguiente apartado realizaremos un recorrido por algunos de los espacios de consumo en los que se ponen en valor estas propuestas; a través de este, apreciaremos cómo, si bien se reproduce la fragmentación de la urbe, igualmente se promueven prácticas de pertenencia y apropiación del espacio urbano a través de referentes identitarios locales y regionales, así como la promoción de artistas locales.

## Espacios de apropiación y consumo de la ciudad caribe

En el marco de las lógicas de mercado en las que se comercializan los productos culturales ofrecidos por los emprendimientos que venimos abordando, se han generado espacios de consumo en torno a referentes culturales descontextualizados y resignificados gracias a la apropiación creativa de los mismos. Este consumo unifica generando una comunidad de sentido (Berger y Luckmann, 2008) en torno a referentes imaginados -la ciudad y el caribe-, propuestos desde la agencia subjetiva (Moncusí, 2017, retomando a Ortner, 2016) de los emprendimientos culturales y que, como apreciábamos en el segundo capítulo, ha venido configurándose de la mano de las élites económicas e intelectuales barranquilleras.

En el caso de las propuestas musicales que nos competen, tanto sus espacios de producción como de consumo, se encuentran alejados de los principales circuitos comerciales de las discotecas y emisoras locales. Por una parte, ya que sus propuestas no se ajustan a las tendencias que comúnmente circulan a través de estos medios en la ciudad: sus apropiaciones y resignificaciones de ritmos tradicionales y de la cultura popular, difiere de la salsa, vallenato o reguetón que mayormente se escuchan a través de las emisoras; por otro lado, ya que para tener acceso a la mayoría de las emisoras locales deben cumplir con el pago de una cuota económica (payola) que muchos de estos grupos no quieren o no pueden pagar. Los espacios donde se desenvuelven tampoco son los de la calle y el carnaval -como en el caso de la música tradicional- o de la verbena y el picó de los barrios populares; referentes que, como hemos visto, retoman para sus creaciones o puestas en escena.

Estos espacios intersticiales en el consumo urbano, que no se articulan del todo con el consumo de masas ni se corresponden con los espacios de la tradición, en el caso de la ciudad de Barranquilla, se encuentran ubicados comúnmente en la zona del norte-centro histórico de la ciudad. Esto implica, en sí mismo, una restricción a dichos espacios en términos de acceso, como consecuencia de los problemas de movilidad urbanos ya mencionados. Por otra parte, los precios de las entradas a los mismos no siempre son las más económicas.

Uno de los espacios que se ha venido consolidando y le ha dado cabida a estas iniciativas es la Alianza Francesa. Ella cuenta con un departamento cultural el cual, además de mostrar y promocionar artistas francófonos, les ha dado cabida a los artistas de la ciudad, facilitándoles el espacio para que enseñen sus obras, a través de exposiciones o presentaciones en vivo, dependiendo del artista. La sede de la Alianza Colombo Francesa en Barranquilla se encuentra en el barrio Montecristo, en la localidad del Norte-Centro Histórico de la ciudad, al lado del Teatro Municipal Amira de la Rosa y colinda por un lado con el Barrio Abajo, al que es muy parecido; por el otro colinda con el barrio Prado. En la sede de la Alianza encontramos, además de las aulas y oficinas dirigidas a la actividad principal de este centro (la enseñanza de la lengua francesa), salas que pueden ser utilizadas para la realización de charlas, eventos culturales y exposiciones, y un patio central en el cual se realizan múltiples actividades, entre ellas la presentación en vivo de agrupaciones musicales. Si bien consideran que el público es bastante variado, la mayor parte de las personas que asisten son estudiantes y docentes tanto de la Alianza como universitarios.

Moraima: y ese público que me dices que ya está establecido, ¿quiénes son, quienes los conforman?

Jorge: Depende, los eventos gratis.... Mucho estudiante universitario, mucho joven... es que es tan heterogéneo, ves gente joven, mayor, gente de un estrato más alto... es mezcla, la gente se olvida un poco de los estereotipos y viene a compartir con el otro, se crea realmente un encuentro de clases, de gentes y eso es chévere.

Nótese que, a pesar de que se habla de un encuentro de clases, se parte de los estudiantes universitarios para posteriormente apuntar cómo algunas personas de estratos más altos también van a dichos eventos ... pero no más bajos. Y, efectivamente, al asistir a las actividades organizadas y/o realizadas en la Alianza Francesa en Barranquilla, nos encontramos con amigos y personas conocidas, de una u otra forma, pues suelen consumir este tipo de propuestas culturales (como las que veremos a continuación). Estudiantes y profesores universitarios, artistas y gestores culturales de la ciudad, conforman el grueso de los asistentes. Estamos hablando, en todo caso, de personas que se identifican a través de este tipo de consumo cultural de eventos y propuestas, a las cuales la mayor parte de la población de la ciudad no tiene acceso, a pesar de que los costos de entrada son bastante reducidos.



**Imagen 79. Francofête.** En la imagen podemos apreciar el patio de la Alianza Francesa, lugar donde se llevan a cabo la mayoría de los conciertos. En este caso, con un predominio de población joven y universitaria. (Twitter oficial Alianza Francesa Barranquilla, 2018 <https://twitter.com/AFBarranquilla/status/982630470071603200/photo/3>, acceso abierto).

Muy cerca de allí, aproximándose al centro y a uno de los límites de la ciudad (uno de los caños del río Magdalena), se encuentran el edificio de la antigua Aduana y el Parque Cultural del Caribe, los cuales a través de distintos eventos le han abierto sus puertas a este tipo de propuestas. Desafortunadamente, el acceso a estos espacios no es sencillo. Están ubicados entre el centro de la ciudad y una de las zonas industriales de la misma, a orillas de la Vía Cuarenta. Esta vía, paralela al río, bordea la parte este de Barranquilla. Al estar delimitada por una zona industrial, el acceso y tránsito de peatones es más bien reducido. Si bien, durante el día se puede llegar tanto a la Aduana como al Parque Cultural utilizando el transporte público, durante la noche sus alrededores se tornan

inseguros como consecuencia de la soledad de estos. Por esa razón, el acceso a estos escenarios no siempre es el más fácil o accesible en términos económicos, pues el transporte público es escaso y los taxis muy costosos. Nos comenta Walter Hernández, sobre la percepción que tiene de la gente que va a los eventos:

En la ciudad al inicio el contexto donde se presentaba, como te digo, era la Alianza Francesa, Parque Cultural del Caribe. Tiene acceso sobre todo gente que pertenece como a una oferta... o sea que ya está habituado a una oferta artística, (...) centro norte histórico, la parte norte y la parte de barrios como Recreo, Olaya, La Victoria y así [de clase media]. (entrevista, 2016)

Es así como estas iniciativas se suman a redes y espacios ya existente en la incipiente oferta cultural de la ciudad y su público parte de esta, reproduciendo el statu quo del consumo cultural de la urbe y, en esa medida, su fragmentación.



**Imagen 80. Carnavalada.** Evento que se realiza durante los cuatro días de Carnaval, por iniciativa del teatrero Darío Moreu. En sus inicios se llevaba a cabo en la calle frente a Casa Moreu, donde Darío tiene su escuela de teatro. Sin embargo, en los últimos años ha venido realizándose en el Parque Cultural del Caribe, como consecuencia del aumento en la asistencia de personas. En este evento se presentan diversas manifestaciones del Carnaval e invitados tradicionales y, en cuanto a los ritmos que presentan y bailan, encontramos desde los considerados tradicionales, hasta las nuevas sonoridades del Caribe colombiano y las fusiones de emprendimientos como los que venimos analizando. (Facebook oficial Parque Cultural del Caribe, 2019 <https://www.facebook.com/PCCaribe/photos/2464695106934025>, acceso abierto).

En la línea de espacios musicales tenemos también a la Berbetronik, un evento periódico que ha retomado también el picó, la verbena y la ‘coletera’ para construir marca, además de brindarle un espacio a las nuevas sonoridades del Caribe. Este es un evento organizado por *Miche Producciones* y patrocinado por la empresa privada -principalmente de bebidas- desde hace más de una década y que se ha consolidado en los últimos años, llegando a celebrar su 30 edición en noviembre de 2019.

Miche es una empresa que lleva más de 25 años en el mercado de instrumentos musicales en la ciudad de Barranquilla y que cuenta con un departamento de desarrollo de eventos de marca, el cual con este evento está “tratando es como de hacer, generar espacios y plataformas para todo lo que sale musicalmente a nivel costa Atlántica” (Jaramillo, entrevista, 2016). Angélica Jaramillo, directora de dicho departamento, nos comenta que el concepto de la Berbetronik nació “...como de reinventar lo que era la tradición de la antigua verbena de la calle y fusionarla con lo actual que eran todos los ritmos electrónicos fusionados con todos los ritmos caribeños...”



**Imagen 81. Berbetronik 2015.** Al fondo, el edificio de la antigua aduana de Barranquilla, donde actualmente funcionan la Biblioteca Piloto del Caribe y el Archivo Histórico del Departamento. Su parqueadero ha sido en varias ocasiones el escenario de la Berbetronik. En la imagen vemos la zona VIP del evento, cuya entrada fluctúa entre los 15 y los 50 euros, precios elevados para la población general barranquillera. De igual forma, se ha realizado en un área descubierta de algunos hoteles cinco estrellas del norte de la ciudad. En la parte izquierda inferior de la imagen, apreciamos a una persona con una de las camisetas de Todomono. Los consumidores de sus diseños, generalmente se mueven en un circuito cultural común en la ciudad. (Banco de imágenes Tigo Une [https://fotostigoune.com/bwg\\_gallery/carnaval-de-barranquilla-berbetronik/#](https://fotostigoune.com/bwg_gallery/carnaval-de-barranquilla-berbetronik/#), acceso abierto).

Después de encontrarse inmersos en el mercado cultural por más de dos décadas a través de la comercialización de instrumentos y articulados principalmente a dinámicas desarrolladas en torno a ritmos como el rock, Miche comienza a ampliar su mercado a través esta plataforma que vincula propuestas de la tradición resignificada. Su referente principal son las verbenas de los barrios populares, considerándolas 'antiguas', aunque en la práctica siguen llevándose a cabo comúnmente en el sur de la ciudad. Aquello que se percibe e impulsa como tradición - desde el manejo hegemónico del discurso de marca-, se encuentra articulado a realidades pasadas imaginadas; corresponde a una selección de elementos en un proceso de invención de la tradición (Williams, 1961) desde aquello que es considerado popular (García Canclini 2004).

Estos son espacios que visibilizan iniciativas creativas de la urbe, pero al mismo tiempo reproducen dinámicas de exclusión social preexistentes en la misma, tomando como bandera la tradición y la cultura popular reinventadas. Si bien, la estética inspirada en los picós y las verbenas de los barrios populares -con sus grandes máquinas de sonido y colores fluorescentes- se mantiene en todas las ediciones de la Berbetronik, y parte de la música que es presentada por los DJs y algunas agrupaciones son inspiradas en las programaciones picoterías, el público proviene, casi en su totalidad, de los estratos medios y altos de la ciudad. Parte de este público también es consumidor de las creaciones de diseño ofrecidas por Todomono, algunas de ellas igualmente inspiradas en la estética verbenera. Angélica dice sobre el público asistente a la Berbetronik

... la Berbetronik comenzó con un público como muy joven primero, el mochilero que le llaman, el mochilero coleteo primero. Fue como el primer

cautivo. Pero high class, o sea era el mochilero coleteo y estaba también la gente como super estrato 5, 6 como interesada en el evento, pero en menor proporción. Luego, se fue dando como al revés, comenzó la gente joven como de otro estrato a llegar a la fiesta y todavía seguía viniendo el mochilero, viajante, o los extranjeros ta... y ahora lo que sucede es super chévere, porque entonces ahora tú encuentras que todos en un mismo espacio comparten. Entonces encuentras al mochilero, encuentras al coleteo, encuentras al super high class, encuentras a los jóvenes, encuentras gente adulta rumbeando, encuentras a todos los extranjeros que viene de Taganga, de Cartagena, o sea y todos compartiendo un mismo espacio. (entrevista, 2016)

Existe una percepción de diversidad entre los asistentes a estos espacios. Sin embargo, están principalmente dirigidos a la 'high class' o clase alta, representada en los estratos 5 y 6; atrayendo igualmente a algunos viajeros - principalmente internacionales- de los destinos turísticos de sol y playa más cercanos a Barranquilla. Aunque son espacios pensados para, de alguna forma, visibilizar la cultura popular, sólo incluyen sus referentes, así como a los estratos más bajos, a las clases más populares, como un producto cultural para ser consumido a través de reinterpretaciones de sus cotidianidades; por los costos y la ubicación no tienen posibilidades reales de acceso a estos entornos.



**Imagen 82. Berbetronik 2016, 1.** Marcas de cerveza como Miller y bebidas energizantes como Red Bull con las principales patrocinadoras del evento. Sin embargo, a este patrocinio se han sumado igualmente periódicos de la ciudad y, en el caso de las Berbetrónicas realizadas en carnavales, también ha habido apoyo por parte de la Fundación Carnaval S.A. (Foto propia, 2016).



**Imagen 83. Berbetronik 2016, 2.** La participación en algunos de estos eventos de picós representativos de la ciudad, le da un toque de autenticidad al evento, aunque las dinámicas sociales y económicas difieran de aquellas que se desarrollan en los contextos donde normalmente se ponen en escena estas máquinas de sonido. Desde los precios de la entrada y las bebidas, pasando por la música que se programa y obviamente el público que atiende son muy diferentes. En la imagen apreciamos a El Coreano, uno de los picós más representativos de las verbenas populares de la ciudad. (Foto propia, 2016).

Estando familiarizada con ambos espacios, tanto el de las verbenas de los barrios populares<sup>79</sup>, como los de la Berbetronik (por ser asidua asistente a ella), al ingresar a esta última la sensación es parecida a la de ingresar a las fiestas de los clubes sociales de la ciudad, por el tipo de lugar donde se organiza (alejado del bullicio de las calles de los barrios) y el público que asiste a ellas que forma parte de los estratos más altos de la ciudad. Incluso, se aprecia ya una diferencia con los asistentes a eventos como los de la Alianza y el Parque Cultural, pues los precios son más elevados, por lo que el acceso resulta más exclusivo. Sin embargo, estudiantes, docentes, artistas y gestores culturales que económicamente se lo pueden permitir, asisten a este evento. De nuevo, caras conocidas por todas partes, al compartir frecuentemente estos espacios de la ciudad.

Se respira la elitización de la verbena popular; se disfruta de lo popular aséptico y adaptado a las expectativas de sofisticación y exclusividad del norte barranquillero, en el cual se consume este producto cultural más por la moda y el postureo que posibilita el evento que por el reconocimiento de la riqueza cultural que entrañan los distintos contextos sociales de la urbe. La agencia como emprendedores culturales de sus gestores y organizadores se diluye en tanto que la apropiación y resignificación de los sentidos que ponen en el ruedo en los eventos es llevada a cabo por los consumidores de estos. De nuevo, un intento

---

<sup>79</sup> Durante mi trabajo para la obtención del título de antropóloga, así como en el marco de la investigación desarrollada durante mi máster en Desarrollo Social, tuve una interacción cercana con estos espacios de ciudad, pues el trabajo de campo lo llevé a cabo en barrios populares del sur-occidente de Barranquilla con población afrodescendiente. En esta zona, se encuentran los barrios donde más se concentra dicha población y resulta muy común la realización de verbenas casi todos los fines de semana, a las cuales tuve la posibilidad de asistir en diversas ocasiones acompañada de algunos de mis colaboradores.

de visibilización y puesta en valor de lo popular, se vuelve superfluo en ese sentido y se consolida como un espacio de socialización de grupos sociales y económicamente privilegiados barranquilleros, aportando a la conformación de una identidad urbana centrada en el consumo de productos culturales particulares.

Algo similar ocurre con un espacio como *Fiebre Tropical*. Este surge a partir de dos intereses que confluyeron. Por una parte, el interés de Irene Criollo (gestora cultural) por gestionar una plataforma que, entre otras cosas, les posibilitara a los artistas barranquilleros independientes promocionar y circular su música desde la ciudad; al tiempo que generar más escenarios para los mismo. De allí surge *Sonparei*, como parte de un emprendimiento cultural liderado por ella. *Sonparei*, de forma independiente ha organizado un par de *showcases*, donde a manera de concierto para el público se presentan artistas locales y posteriormente, en el mismo espacio, tienen la posibilidad de contactar con empresarios y gestores culturales con quienes pueden negociar la promoción de su trabajo. Por otra parte, estaba el interés de los diseñadores de Todomono en las nuevas sonoridades del Caribe y, en general en la música y sonidos de la región, el cual ya habían comenzado a trabajar a través de un proyecto de 'memoria sonora' al que denominaron *Sonsonete*. En él realizaron una compilación de versiones - grabadas por artistas barranquilleros- de canciones y sonidos populares en la ciudad.

La asociación entre *Sonparei*, Todomono y Tony Celia (gestoría y marketing cultural), da como resultado una fiesta que se realizó aproximadamente tres veces al año, entre 2014 y 2015. *Sonparei* se encarga de la logística, *Todomono*

del concepto y el diseño y Tony Celia de la curaduría musical y las relaciones públicas. En este escenario se han presentado desde artistas de la escena musical barranquillera de los años 70s, pasando por agrupaciones que se definen dentro de las nuevas sonoridades del Caribe, hasta DJs de la ciudad que fusionan ritmos tradicionales con música electrónica. Al igual que otros de los espacios descritos, el alcance y el acceso al mismo es limitado. Con entradas que rondan los 40.000 pesos (10 euros aprox.), más la consumición en la fiesta, el público está conformado en general por intelectuales, artistas y personas de la clase media, media-alta de la ciudad.



**Imagen 84. Cartel publicitario Fiebre Tropical 2015** (diseñado por Todomono). Esta edición de Fiebre Tropical se llevó a cabo en las instalaciones del Parque Cultural del Caribe. Tuvo como invitado principal a Dolcey Gutiérrez, músico y acordeonero costeño que inició su carrera en los años 60; muy apreciado y reconocido sobre todo por sus letras de doble sentido. Igualmente, como DJ a Milton 100, dueño de una de las mayores discotecas de salsa y música popular de la ciudad. La imagen del cartel publicitario se encuentra inspirada en la marca de condimentos El Rey, utilizada por gran parte de los habitantes de la región. En el cartel igualmente podemos apreciar el apoyo de la empresa privada al evento e incluso de la Universidad del Norte.

Vemos cómo Todomono ha venido trabajando para generar espacios en torno al consumo cultural más allá de sus diseños. En este marco, han creado diversas rutas culturales urbanas en colaboración con el *Museo de Arte Moderno*, donde Johnny se desempeñó como director de comunicaciones y actualmente como diseñador.



**Imagen 85. Buséfalo.** El Museo De Arte Moderno facilita la utilización del *Buséfalo*, el autobús de la institución, decorado con la obra de influencia primitivista del artista barranquillero Noé León. Este es utilizado normalmente para el traslado de estudiantes de distintas escuelas que diariamente visitan el Museo y para la realización de sus propias rutas culturales. Se da, de esta forma, una articulación entre uno de los espacios más representativos de la ciudad en cuanto a ‘alta cultura’, a las artes formales y los espacios considerados populares y tradicionales, a través de las actividades de este emprendimiento; generando su propio espacio intermedio desde un discurso de valorización y prácticas de pertenencia. (Página oficial Museo De Arte Moderno de Barranquilla <http://mambq.org/otros-servicios/busefalo/>, acceso abierto)

Dichas rutas, en general, se encuentran articuladas a momentos específicos de la ciudad y a colecciones de diseño que Todomono plasma en sus productos.

Entre enero y febrero -época de precarnavales- organizan la ruta *Los Masters del Vacile*, un recorrido a varios picós barranquilleros con el fin, no sólo de conocer

estas máquinas de sonido, sino de mostrar su historia y la de sus propietarios, así como de escuchar un poco su música. Ya que estos picós normalmente son almacenados en las casas de sus dueños junto a sus grandes discotecas (las cuales los caracterizan, pues la música específica programada en el picó es su sello de identidad), la ruta es una visita a las casas de estas personas, ubicadas normalmente en barrios populares de la ciudad. Ellos esperan a los visitantes, ya han sido contactados con anterioridad por los organizadores a lo largo de sus indagaciones del espacio urbano.

Para todas las rutas organizadas por Todomon, el punto de encuentro es la Tienda Mono, al norte de la ciudad. Hasta allí se desplazan las personas interesadas en visitar estos espacios en barrios a los cuales, a pesar de vivir en Barranquilla, muchas veces no han ido. En su mayoría son adultos jóvenes de clase media, cercanos tanto en edad como por el contexto social a los organizadores de la actividad. Algunos son amigos, amigos de amigos, gente que de una forma u otra conoce el trabajo que vienen realizando; en ocasiones algunos extranjeros también se unen. Hace algunos años, antes de iniciar con esta temática de investigación, tuve la oportunidad de participar en algunas de estas rutas. Es de anotar, que el público no se renueva completamente en cada ruta, hay quienes gustan de explorar la ciudad y ven esto como una oportunidad de salir de su entorno cotidiano y ver otras realidades de esta, por lo que vuelven constantemente a las rutas.

El recorrido de *Los Masters del Vacile* se realiza en horas de la noche, con una duración de 3 a 4 horas. Los participantes salen de su zona de confort, de los espacios urbanos en los que cotidianamente se mueven, para dirigirse a otras

cotidianidades barranquilleras, a otros barrios, a otros estratos ... a realidades para ellos desconocidas, aunque eventualmente las visiten. En estas rutas las aprecian desde una especie de vitrina, alejada del disfrute popular y bullicioso de la verbena de los barrios, lejos del baile cuerpo a cuerpo de la champeta, del estruendo del picó a su máxima potencia que amenaza con romperte los tímpanos, del sudor, del alcohol y del riesgo de las riñas callejeras y conflictos que pueden presentarse en los mismos. En un contexto controlado, aséptico, de historias de una ciudad imaginada más no vivida.

Llegamos en bandada, uniformados con una camiseta diseñada por Todomono (incluida en los 30.000 pesos que costaba la ruta, unos 8 euros), la cual hace alusión a los escaparates de sonido que son los picós, de colores vivos, alegres. Aproximadamente 30 personas monocromáticas, extrañas para el barrio, aglomeradas en una calle, en la terraza de una casa, escuchando atentamente las indicaciones de los organizadores y las historias de los dueños de los picós. Y los vecinos.... mirando curiosamente, por supuesto, a aquellos visitantes pupis (pijos) venidos de otro lado. Algunos, de parte y parte, se atreven a hacerle preguntas puntuales al otro para ellos extraño, a entablar conversación.

El extrañamiento de ambas partes fue la constante durante el recorrido, al observar al barranquillero, habitante de la misma urbe, en el cual sin embargo - en este contexto- me cuesta reconocerme y a quien aprecio desde una perspectiva extranjera, como turista de mi propia ciudad. Barranquilla, como nodo urbano, se configura como espacio de desencuentros constantes y encuentros efímeros desde las desigualdades y la diferencia. La cotidianidad de

unos se convierte en el material a mercantilizar y consumir por los otros, a través de su exotización y resignificación.

Esa noche, visitamos tres picós, ubicados en tres distintos barrios del sur de la ciudad. En uno de ellos, en el marco de la interacción entre los vecinos, los visitantes y el picó se gestó el baile, pero sólo por un momento, pues hubo que volver al bus, al itinerario; cada uno a sus realidades urbanas cotidianas.



**Imagen 86. Ruta Los Masters del Vacile 2014.** La fotografía corresponde al registro fotográfico que realizó Todomono durante la ruta Los Masters del Vacile (Facebook Fernando Vengoechea <https://www.facebook.com/fvengoechea>, acceso abierto). En la imagen podemos apreciar al grupo de visitantes uniformados, con los escaparates de sonido detrás, en la terraza de la casa de los dueños del picó El Coreano, en el barrio Las Nieves, al sur de la ciudad. Este es el mismo picó que encontramos en una de las Berbetónikas, al ser representativo en la ciudad, ha sido solicitado por parte de varias de estas iniciativas para su participación en diversos eventos.

Las rutas, además de encontrarse vinculadas a momentos claves de la ciudad, también se articulan a colecciones específicas de Todomono. Por ejemplo, El proyecto *Alma en Pena*, asociado a la celebración del día de Todos los Santos incluye una colección con diseños relacionados con leyendas del Caribe y una ruta cultural a sitios ‘embruados’ de la ciudad en fechas cercanas al 31 de octubre.



**Imagen 87. Cartel publicitario Ruta Alma en Pena 2013** (diseñado por Todomono). La segunda ruta Alma en pena se llevó a cabo en 2013 y se ha seguido desarrollando. Para esa ocasión la imagen promocional fue la del “Duende rumbero”, inspirada en la figura del Duende presente en algunas historias de la región (un ser maligno que atormenta a los mortales); específicamente en la de un duende que aparecía en una casa al sur de la ciudad atormentando a sus vecinos -tirando piedras y moviendo objetos-, y en honor al cual se bautizó un estadero (bar/restaurante) abierto en la misma, a finales de los 90.



**Imagen 88. Camiseta representativa de la ruta de Alma en Pena 2013** (Facebook Fernando Vengoechea <https://www.facebook.com/fvengoechea>, acceso abierto). Esta figura aparecería igualmente en la camiseta representativa de la ruta de 2013, parte de una colección más amplia. En la fotografía podemos observar a los asistentes a la ruta en uno de los cementerios de la ciudad, una de las paradas y donde se llevó a cabo una visita guiada a través de sus historias.

Tanto en esta fotografía como en la anterior, apreciamos un conjunto de personas que aparentemente presentan unos rasgos físicos muy similares, no sólo por su vestimenta, sino también por su autoadscripción y pertenencia de clase. En una sociedad como la colombiana (y, en general, las sociedades latinoamericanas) donde la clase se encuentra fuertemente articulada a las categorías raciales, nos reconocemos como mestizos (como una mezcla de diversos orígenes). Es una identificación que, sin embargo, responde en gran medida a una corrección política (ya que lo blanco puede ser percibido como una falacia de pureza relacionada con el opresor social/cultural), pues una parte de la población

universitaria no se reconoce como “blanca” a pesar de ser percibidos como tales y de clase alta por venir del norte de la ciudad.

En todo caso, es una identidad basada en el autorreconocimiento que podemos considerar como hegemónica venimos de hablar de la blanquitud, ¿qué identidad es hegemónica?, al haber sido discriminada durante tanto tiempo la población indígena y negra del país, lo mestizo y/o blanco (dependiendo del contexto) es frecuentemente considerado mejor que aquello que se acerca más a las dos primeras categorías. Es desde esta posición de poder que he realizado estas observaciones a lo largo de las rutas y las visitas a otros barrios en las que he participado y se construye al otro extraño y exótico dentro de nuestra propia ciudad, y nos construimos a su vez a nosotros como sujetos y nuestras narrativas exotizantes sobre la urbe.

Así mismo, en agosto se lleva a cabo *La Ruta pal Mercado*, una inmersión de una mañana en los recovecos del mercado público de la ciudad. De nuevo, el encuentro en el norte para trasladarnos, en esta ocasión, al centro de la Barranquilla. Centro, por ser el centro comercial más no geográfico de la misma; tengamos en cuenta que, al ser fundada a orillas de los caños del río Magdalena, la dirección del crecimiento geográfico de Barranquilla ha estado marcada por los mismos. Es así como, el ‘centro’ se aproxima a una de las fronteras físicas de la ciudad: el río. El centro de Barranquilla es un espacio de tránsito caótico, tanto para el peatón como para los vehículos. Su actividad comercial es intensa, tanto que desborda los edificios llegando a apoderarse en muchos casos del espacio público a través de negocios informales. Sus aceras y parte de sus calles se encuentran atestadas de puestos de ventas, donde se ofrecen desde carcasas

de móviles, pasando por ropa, plantas medicinales, hasta frutas y pescado. Esto convierten en un espacio bulliciosos y lleno de vida durante el día más. Al caer la noche, el movimiento en sus calles disminuye considerablemente, y es considerado, por muchos, un espacio peligroso e inseguro.



**Imagen 89. Centro de Barranquilla.** En la fotografía vemos tanto sobre las aceras como en la mitad de la calle, ventas de ropa y otros artículos de uso cotidiano. En la parte inferior central de la imagen apreciamos un vendedor estacionario de zumo de sandía y limonada que atiende a un cliente, impávido ante el paso de los taxis por la vía. (Foto: Joaquín Mattos Omar. Imágenes Fotomaratón Barranquilla 2011. <https://www.universocentro.com/NUMERO20/OtrosCentros.aspx>).

En uno de los extremos del centro (el más cercano a uno de los caños del río que bordea Barranquilla) se encuentra el mercado. Un laberinto de callejuelas para quienes no están acostumbrados a circularlas. La idea de la ruta es apreciar tanto la arquitectura del mercado, como la actividad y los productos de este. Parte del mercado se encuentra bajo techo, pero otra parte está compuesta por carretillas y pequeños puestos al aire libre o ubicados bajo rudimentarias techumbres de láminas de aluminio.

Parte de la arquitectura del centro de Barranquilla data de inicios del siglo XX, cuando las casas de bahareque pasaron a ser construcciones de estilo neobarroco, republicano y art deco. Sin embargo, una porción significativa de estas construcciones ha sido demolidas y la mayoría de las que aún se encuentran en pie están en un estado deplorable, sin ninguna garantía de conservación por parte del Estado. Aun así, son consideradas fundamentales dentro del patrimonio histórico de la ciudad por parte de algunos arquitectos, intelectuales y artistas de la urbe. A partir de lo anterior, podemos apreciar su relevancia como bienes patrimoniales y articulados a los discursos de valoración de lo propio -en el marco del fortalecimiento del sentido de pertenencia con la ciudad- que esgrime este emprendimiento cultural. Dentro de este marco, entran igualmente, muchas de las dinámicas económicas que se desarrollan en el entorno de estos edificios, como aquellas que son objeto de observación durante la ruta.

Pasamos en pocos minutos del mercado de granos, donde principalmente se ofrecen frutas, verduras, legumbres y especias, al fuerte olor de la carne cruda, para luego sentir el putrefacto olor del caño de aguas casi estancadas, abandonado por la administración pública y el cual recibe gran parte de los desechos del mercado. Más adelante, nos encontramos con callejones donde se ofrecen a la venta elementos de uso cotidiano de las cocinas caribes, algunos de ellos hechos a mano con materiales de la región: totumos, cucharas de palo, morteros, platos de peltre, ralladores de coco, ollas y calderos de aluminio. A pesar de que en el mercado puede encontrarse desde lo anteriormente mencionado, hasta ropa, parte de la población de Barranquilla no lo frecuenta -

sobre todo quienes viven al norte de la ciudad, pues encuentran los principales productos que necesitan cotidianamente en esta zona-, he ahí nace del atractivo de la ruta.



**Imagen 90. Ruta Pal mercado 2014, 1.** Uno de los negocios en los cuales nos detuvimos para observar y, a veces, comprar. En este caso observamos a la vendedora del puesto, rodeada de cucharas y recipientes hechos, de forma artesanal, a partir de totumo<sup>80</sup> o calabazo, morteros y cucharas de madera, entre otros. La mujer -en su negocio- se convierte en parte del paisaje, del atractivo turístico, objetivada y exotizada por parte de los 'exploradores itinerantes de la urbe'. (Tumblr oficial Todomonos <https://todomonos.tumblr.com/>, acceso abierto)

El trabajo ajeno se convierte en espectáculo, en el marco del consumo cultural de las clases medias barranquilleras. Nos aproximamos a estos espacios a través

<sup>80</sup> Fruto del *Crescentia cujete*, el cual desde la época prehispánica es secado para utilizar su cáscara en la elaboración artesanal de recipientes. Entre otras cosas, es utilizado aún en algunos hogares y negocios barranquilleros para servir platos como le sancocho, pero normalmente no de forma cotidiana.

de la espectacularización y la exotización, constituyéndose como realidades con significaciones distintas: cercanas, pero al mismo tiempo simbólicamente distantes; espacios sociales de representación yuxtapuestos, espacios laminados (Lefevre, 2013(1974)).

La dinámica es muy similar a la relatada en la ruta *Los Masters del Vacile*. En grupo y con alguna vestimenta identificativa (en ese caso un delantal de cocina, respondiendo a la asociación del mercado con los alimentos), nos aproximamos a distintos puestos de ventas con anterioridad contactados por los organizadores, para escuchar explicaciones sobre los productos, sus usos e historias. En este caso, acompañados por un miembro de Vigías del Patrimonio (proyecto del Ministerio de Cultura, centrado en el rescate y la cultura patrimonial a través de la formación y participación ciudadana) y por el chef Alex Quessep. Ellos les explican, desde distintos enfoques, el entorno a los asistentes. La primera versión de la ruta (2014) estuvo acompañada también por una periodista barranquillera de *Día a Día*, un programa matutino de difusión nacional, en el cual se presentó una nota al respecto. Al medio día, luego de la exploración guiada, de haber estado en contacto con olores, productos y vendedores del área, los asistentes van de vuelta al bus y al punto de encuentro inicial.



**Imagen 91. Ruta Pal mercado 2014, 2.** Apreciamos a las y los asistentes a la ruta con el delantal -diseñado por Todomono e incluido en el precio de la ruta-, observando los puestos de venta mientras siguen la guía del recorrido y, en ocasiones, comprando uno que otro producto. (Tumblr oficial Todomono <https://todomono.tumblr.com/>, acceso abierto)



**Imagen 92. Carteles publicitarios Ruta pal Mercado 2019 y 2014** (diseñados por Todomono). A través de estos podemos apreciar el apoyo que reciben de la empresa privada. Eventos como la feria gastronómica Sabor Barranquilla, gestionada por los gremios y la cámara de comercio de la ciudad le brindan su respaldo a un evento que, más allá del discurso identitario y patrimonial, es y se encuentra enfocada a la promoción de actividades económicas. (Todomono, 2019, 2014)

Dichos recorridos muestran, en la mayoría de los casos, el interés de un pequeño grupo de personas de conocer y reconocer espacios de ciudad ajenos a su cotidianidad. Son actividades pensadas para la reflexión, para conocer y apropiarse del espacio urbano, para fortalecer el sentido de pertenencia con Barranquilla y visibilizar lo que, desde nuestras zonas de confort y privilegios no podemos apreciar. En parte, cumplen su cometido, tanto estas como otras actividades e iniciativas que hemos venido mencionando, han logrado ampliar la visión de lo que puede y debe ser considerado digno de valorar en la ciudad. Son espacios que nos han posibilitado conocer mejor y sentirnos cerca de Barranquilla, de algunas de sus realidades desconocidas para muchos.

Sin embargo, es de anotar que dichos espacios sociales explorados puntualmente a través de las rutas culturales, el diseño, la música o la gastronomía, raras veces son integrados permanentemente a las experiencias cotidianas de quienes disfrutan de estas actividades; muchas veces no pasan de ser experiencias anecdóticas, una experiencia puntual, un recorrido turístico, como ellos mismos lo plantean

Y la ciudad sí realmente tiene muchos iconos, tiene muchas cosas diferenciadoras para venderla como una ciudad turística. Pero nosotros estamos empezando por venderle la ciudad al mismo barranquillero. (...) Hay gente que nos están copiando y dicen “estos pelaos tienen algo que mostrarme de mi ciudad que yo no conozco, voy a ir”. Y nosotros tenemos ya cinco, seis rutas diseñadas. (Vengoechea, entrevista, 2015)

La ciudad y las manifestaciones culturales que en ellas se desarrollan se van consolidando como mercancías, como productos de venta, entrando así en las dinámicas de competitividad en el mercado cultural globalizado. En este caso, iniciando con un mercado local: las clases medias barranquilleras.

Uno de los espacios que ha tomado fuerza en la última década, posibilitándole a Barranquilla ampliar su competitividad comercial y simbólica como ciudad a través de manifestaciones culturales, es la feria gastronómica Sabor Barranquilla. La gastronomía ha sido otro de los referentes privilegiados como patrimonializables y fundamental dentro del imaginario de la construcción identitaria caribe a través del mercado. Es así como, esta feria gastronómica se ha convertido en el espacio más representativo de la gastronomía regional en la ciudad, con alcance nacional. Según su página web oficial es “un evento gastronómico que nació en 2008, como un espacio para resaltar los valores culinarios del Caribe, para presentar la amalgama de sabores presentes en esta región de Colombia y el exterior, a través de sus máximos exponentes.”

La unificación de la región a partir de la diversidad en sus cocinas es el discurso que jalona la comercialización de sus preparaciones, a partir de referentes de la cocina tradicional. Esto, en términos de imagen, pero en la práctica Sabor Barranquilla, además de ser un escenario donde se presentan algunas elaboraciones de la cocina local y regional, tiene un fuerte enfoque hacia la potenciación y promoción de negocios en torno a la alimentación, que trasciende a las mismas. El evento es apoyado e impulsado tanto por los gremios como por la administración local. Encontramos entre sus patrocinadores a la *Alcaldía de Barranquilla*, la *Gobernación del Atlántico* y *Gases del Caribe* (la distribuidora de

gas natural en la región); igualmente es apoyado por *CredibanCo* y el *Grupo Nutresa* (grupo empresarial colombiano con énfasis en el sector de alimentación) y organizado por *Fenalco* (Federación Nacional de Comerciantes), *La Cruz Roja* colombiana seccional Atlántico, *Corferias* (Centro Internacional de Negocios y Exposiciones).

El festival se viene realizando anualmente desde 2008 y tiene una duración de tres días. Es inaugurado con una rueda de negocios de acceso restringido y para entrar a los otros espacios es necesario pagar una módica suma; el costo de la entrada es aproximadamente de 3 euros por día. Ya dentro del recinto donde se realiza, encontramos cuatro espacios distintos: Una feria gastronómica donde restaurantes y pastelerías de la ciudad ofertarán sus menús; un espacio de networking donde proveedores de productos alimenticios ofrecen productos y servicios de la industria alimentaria; un escenario donde se presentan chefs - nacionales e internacionales- invitados y realizarán talleres culinarios en vivo; y un área donde se desarrollarán charlas académicas por parte de profesionales de la cocina y estudiosos de la misma. De igual forma, cuenta con una zona donde se desarrollan actividades recreativas y talleres para niños y un área de venta de productos de diseño locales (accesorios, bisutería, etc.).

Desde sus inicios hasta el 2017, Sabor Barranquilla fue llevado a cabo en el Salón *Jumbo del Country Club*, ubicado en una de las sedes de este club social, al norte de la ciudad. Sin embargo, con la apertura del *Centro de Eventos del Caribe Puerta de Oro* (igualmente al norte, pero entre la ribera del Magdalena y la vía 40), su realización fue trasladada a ese 'complejo turístico de negocios'. Si bien, el acceso a la feria no resulta muy costoso (en cuanto a la entrada), este se

encuentra restringido o un cierto público, básicamente a quienes pueden trasladarse hasta el lugar y pagarlo. Recordemos que, como explicamos en el capítulo 3, la ubicación de este centro de eventos, sumada a la ineficiencia del transporte barranquillero, no favorecen el fácil acceso al mismo de gran parte de los habitantes de la ciudad. Así mismo, considerando que para participar en la feria deben ser servicios y productos de alta calidad, en general sus precios son igualmente elevados.

Por otra parte, una semana antes del evento central, se lleva a cabo en el Barrio *Abajo Sabor Barranquilla a la Calle*, un espacio abierto y de libre entrada en las calles de dicho barrio, donde se ofrece, por parte de restaurantes de la ciudad y de cocineros de la zona, platos locales y regionales. Apreciamos cómo se resalta el entorno del barrio (recordemos que barrio abajo es uno de los barrios considerados más tradicionales de la ciudad al haber formado parte de la génesis de la urbe) como espacio tradicional y popular que, de cierta forma, legitima el arraigo del evento en lo 'auténtico'.

La imagen del Caribe funciona principalmente como estrategia promocional del evento, cada año *Sabor Barranquilla* gira en torno a una temática particular relacionada con la región, en torno a la cual se desarrolla la imagen del evento y se selecciona a los invitados. A través de los años, *Sabor Barranquilla* ha centrado su mirada en los inmigrantes, las comunidades indígenas y afrodescendientes de la zona, el papel del río en el mercado y la alimentación de la región, la cocina como centro de reencuentro y reconstrucción del tejido social, entre otros referentes. Por otra parte, el slogan *Aquí se cocina con paz* utilizado por la organización durante el 2015 y el 2016, hace un evidente guiño a la situación

política colombiana frente a los - recientemente firmados- acuerdos de paz de la Habana, por medio de los cuales se ha intentado poner fin al conflicto interno que desde hace más de 50 años se libra con la guerrilla de las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia). De esta forma, convergen referentes sociales y culturales relevantes en el imaginario colectivo de la ciudad sobre la región, con propuestas de negocio.

En el 2017, se conmemoró una década de la realización ininterrumpida de este festival gastronómico y la imagen del diseño promocional fue diseñada por Todomon. En ella, como en los carteles publicitarios de años anteriores, encontramos elementos que nos remiten a la región.



**Imagen 93. Cartel publicitario oficial Sabor Barranquilla 2017** (diseñado por Todomono). En este caso, el personaje principal es un jaguar, felino que actualmente se encuentra en peligro de extinción en la zona, pero que ha sido un referente importante, sobre todo para las comunidades indígenas nativas; por otra parte, tenemos al río, que ha servido por siglos no sólo como proveedor del sustento de muchas de las poblaciones en sus riberas, sino también como medio de transporte de personas y productos, posibilitando el comercio y los contactos tanto con la tierra adentro como con las poblaciones articuladas a través del mar Caribe; la flora, fauna y frutas de la región (banano, piña, sandía, etc.) se encuentran igualmente representadas; por último, podemos ver la bandera de Barranquilla ondeando en la canoa que va conducida por el jaguar. (Todomono, 2017)

Como apreciamos, los referentes étnicos y rurales priman tanto en las temáticas en torno a las que ha girado la feria, como en la imagen que acabamos de apreciar. Es la visibilización de eso étnico y rural lo que nos articula con las raíces, con la tradición, con los que nos representa como barranquilleros y caribes; ese es, por supuesto el gancho para su comercialización. El consumo gastronómico aglutina e identifica evocando la tradición, a través de referentes que se amalgaman y mercantilizan en la urbe.

Cada vez toma más fuerza el discurso explícito y mediático sobre el potencial económico y patrimoniable de la gastronomía regional y sobre el reconocimiento de esta como referente identitario relevante. Esto lo podemos apreciar, por ejemplo, en uno de los slogans de *Sabor Barranquilla*: 'Feria gastronómica con identidad caribe'. Del mismo modo, se ha venido resaltando su carácter creativo y artístico, articulado al contexto cultural local tanto urbano como rural Caribe. En este contexto, la promoción de la identidad a través de las cocinas va amarrada inevitablemente a las dinámicas de oferta y demanda comercial de los productores y preparaciones de la región. La feria es, sin lugar a duda, una plataforma para la promoción no sólo de las preparaciones de la región, sino de los empresarios del sector de alimentos y hostelería.

A través de los espacios de consumo cultural que se han ido generando en torno al tipo de emprendimientos abordados en el presente trabajo, apreciamos las tensiones entre sus discursos y sus prácticas de pertenencia. Por un lado, buscan democratizar los bienes y valores culturales articulados a la tradición y la cultura popular. Esto, como ya hemos visto, lo llevan a cabo seleccionando y resignificando dichos referentes culturales para la creación de los productos que luego comercializarán. Sin embargo, justamente, como consecuencia del aumento de precio que los productos culturales sufren en este proceso y de su puesta en escena y comercialización en espacios restringidos de la ciudad, se terminan reproduciendo dinámicas de exclusión preexistentes en la urbe.

A lo largo del presente capítulo, apreciamos cómo se mira desde la clase media alrededor y 'hacia arriba' para vender productos culturales y 'hacia abajo' para buscar insumos que alimenten las creaciones para la venta. Por ejemplo, la

utilización de referentes de la música tradicional y de contextos populares en la creación y comercialización artística siguen reproduciendo la estratificación y segregación existente en la ciudad. Si bien, los espacios que se están generando promueven la reflexión sobre la diversidad y riqueza social y cultural de la urbe, la forma en que las propuestas están siendo comercializadas enfatiza la diferenciación y segregación ya existente en Barranquilla. Presentándose de esta forma, por un lado, cohesión social y autorreconocimiento a través del consumo en la clase media; y, por el otro, a manera de espejismo, la integración social de distintos sectores de la ciudad.

La dinámica se presenta siempre en la misma dirección: de norte a sur. Es una invitación a conocer aquella ciudad popular, 'extraña' y exótica; la comercialización y consumo de la urbe, por parte de un reducido sector, la convierten en un producto cultural para el deleite de quienes puedan costearlo. Se busca fortalecer la identificación con la ciudad a partir de productos inspirados en ella, estos son vendidos y comercializados a un sector particular de la población: aquellos conectados a redes sociales, con el poder adquisitivo para acceder a dichos productos y con el acceso a espacios de discusión y socialización, ubicados generalmente en norte de Barranquilla.

Como podemos apreciar, esta mirada está cruzada por la pertenencia de clase de sus proponentes y, probablemente, por el género de estos, pues la mayoría de ellos son hombres. Considerando que sólo estamos abordando una parte de las propuestas artísticas que se están presentando en estos momentos en Barranquilla, podemos decir que las mujeres no se encuentran ausentes de las

mismas, sin embargo, es evidente que la escena aún está siendo dominada por los hombres.

Ello no es de extrañar en una sociedad conservadora como la colombiana -y particularmente la barranquillera- donde las artes durante mucho tiempo fueron estigmatizadas, asociándolo a las drogas y a la 'vida bohemia' y la vagancia. Durante décadas, las mujeres relacionadas con las artes en Barranquilla fueron aún más señaladas que los hombres en el área. Si bien, en los últimos años tanto la visión frente a las artes como hacia la mujer se ha venido transformando, en la práctica aun es evidente que la participación es menor.

Son diversas ciudades las que se yuxtaponen en un mismo espacio, diversas ciudades imaginadas y vividas que se entrecruzan y se construyen mutuamente sin una conciencia clara de ello. Apreciamos la imagen del 'otro' exotizado, cuya realidad me atrae por distinta, pero a la vez 'propia'. Propia, en la medida, en que nos sentimos amparados por la misma identidad territorial (mas no la única): **el ser barranquilleros.**

Los beneficios son fundamentalmente para quienes amplían su capital social y cultural a través del consumo de estos productos culturales y, sobre todo, para las marcas que 'venden la ciudad', pues las experiencias y productos creados a partir de sus referentes, por muy interesante que se presenten, no garantizan una apropiación de estos por parte de los consumidores. Despiertan curiosidad e incluso enriquecen reflexiones sobre los espacios urbanos, pero no generan interacciones sostenibles.

Se genera, a partir de dicha exclusión, una comunidad de sentido en torno a la producción creativa y el consumo cultural centrado en referentes identitarios resignificados, la cual se limita a una parte de la clase media barranquillera con suficiente poder adquisitivo e intereses similares sobre el contexto urbano y regional; desde aquí es donde se fortalecen y difunden los discursos en torno a la ciudad Caribe. Si bien, algunas de estas propuestas intentan visibilizar realidades y problemáticas sociales de los sectores menos favorecidos de la población (los cuales muchas veces inspiran estas propuestas creativas), muchas veces esto se diluyen en el consumo de sus creaciones como bienes diferenciadores y de prestigio.

A continuación, apreciaremos que desde dicha comunidad de sentido se articulan redes y sinergias -a través de la comercialización y el consumo- en el marco de los mercados culturales nacionales e internacionales. Además, en ocasiones ellas responden y se encuentran inspiradas por tendencias y modelos que ya circulan globalmente en el ámbito de las industrias culturales.

### Redes y sinergias nacionales e internacionales desde el consumo cultural de la ciudad caribe

Los emprendimientos creativos con los cuales venimos trabajando, se han articulado al mercado cultural local e internacional, teniendo como referente a la ciudad de Barranquilla y la Costa Caribe colombiana. Además de inspirarse en elementos locales urbanos y regionales, han recibido influencia de modelos exitosos, dentro de las industrias creativas, a nivel internacional. Por ejemplo, se mira hacia propuestas consolidadas desde la gastronomía

... se ha hecho en otros países y funciona. De hecho, en Perú la cocina, o sea la venta culinaria, la gente va a Perú a comer. Representa el 7%, el 8% del PIB, ya, ya la cocina está dentro de los programas de gobierno, aquí todavía no. Porque es que es un elemento turístico y al turista de ahora no le gusta lo formateado, al turista de ahora le gusta caminar, andar, tocar, meterse en los recovecos... (...) En Colombia en general hay un movimiento importante. (...) digamos que hay un sentimiento nacional, que ya otros países lo han venido desarrollando de sensibilizar y trabajar por la apropiación, la identidad y la promulgación de la cocina colombiana o de lo que sucede en Colombia como un país culinario. Entonces eso ya viene sucediendo. Tú que vienes de vivir de España y, digamos, todos esos movimientos que sucedieron con los chefs, con los cocineros del País Vasco que revolucionaron la cocina española y que en Europa se están dando con los franceses y los italianos y cada uno... (Quessep, entrevista, 2015)

Apreciamos que se están tomando como modelo iniciativas representativas a nivel internacional en el marco de las cocinas étnicas y nacionales; aquellas a través de las cuales se busca representar/mostrar un territorio o grupo humano específico. La creciente industria del turismo y la demanda global de platos o preparaciones 'exóticas' han puesto en escena las comidas tradicionales y étnicas, favoreciendo a partir de ellas la innovación culinaria. Dichas iniciativas han comenzado a tener auge en la última década, a partir del reconocimiento que ha venido haciendo la UNESCO de aspectos de las cocinas consideradas tradicionales como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad; ejemplo de esto son la cocina mediterránea, francesa y, en la Latinoamérica, la mexicana y

la peruana. Estos han sido jalonados, en términos generales, por chefs e instituciones locales/nacionales, por ejemplo, en el caso de México<sup>81</sup> por parte del *Conservatorio de Cultura Gastronómica Mexicana* (CCGM) y en Perú del *Ministerio de Cultura*, la *Sociedad Peruana de Gastronomía* (APEGA) y el chef *Gastón Acurio*.

En estos casos, podemos ver iniciativas exitosas en términos de revaloración de algunos saberes e ingredientes de las cocinas locales y de marketing en torno a discursos identitarios. Esto, sin dejar de lado las tensiones que, en algunos casos, se han presentado en el marco de los procesos de patrimonialización alimentaria al primar las lógicas del mercado cultural globalizado y discursos desarrollista sobre prácticas y saberes de productores y comunidades locales, como podemos apreciar en las reflexiones de Matta sobre la gastro-política en el caso de Perú (2012, 2015).

Han sido procesos que apuntan a una cocina 'con identidad' y a productos con sello de denominación de origen; al mercado de lo auténtico. Se retoman y ponen en valor los productos locales, se reinterpretan y comercializan sus creaciones, apoyados por políticas estatales -las cuales legitiman estas propuestas- dirigidas a fortalecer el turismo y/o la marca país. Se busca desarrollar un turismo de lo auténtico y étnico amarrado a la consolidación de discursos nacionales. En el caso que trabajamos, articulado a un discurso regional que posibilita un posicionamiento de la costa frente al interior, en el marco del escenario nacional

---

<sup>81</sup> México fue el primer país en presentar su candidatura ante la UNESCO en 2005, pero no conseguiría que se hiciera la declaratoria hasta presentarla por segunda vez en 2010.

y de Barranquilla como 'capital del TLC', como centro comercial, en el marco de la economía global.

La feria gastronómica Sabor Barranquilla, que mencionamos con anterioridad, es un ejemplo de los flujos entre referentes locales e internacionales; dentro de los chefs y conferencistas invitados han estado destacadas figuras nacionales e internacionales tanto en el campo de la cocina, como a nivel académico. De igual forma, han participado en las charlas y talleres, cocineros de la región que se desenvuelven en distintos espacios dentro de sus comunidades y/o se encuentran articulados a restaurantes reconocidos. Como ejemplo, podemos mencionar algunos de los invitados de los últimos años: Ramiro Delgado (Antropólogo colombiano, fundador del laboratorio de comidas y culturas de la Universidad de Antioquia/ Medellín), Antonio Gaztambide-Geigel (catedrático en la Universidad de Puerto Rico, estudioso de la historia política y la geopolítica de la región Caribe), Sumito Estévez (chef Venezolano, fundador del Instituto Culinario de Caracas, escritor y conductor de programas gastronómicos, entre ellos en el canal Elgourmet.com, por el cual fue conocido en toda Latinoamérica), entre muchos otros.

De igual forma, las propuestas realizadas desde el diseño se encuentran articuladas a esas corrientes internacionales. Si bien, desde Todomono consideran que 'la ciudad nos dice que hacer' y las temáticas que desarrollan son fundamentalmente urbanas locales, sus diseñadores se manejan respondiendo a dinámicas del mercado globalizado. Estos diseñadores trabajan por colecciones y la forma en que las temáticas son abordadas responden a tendencias internacionales

Lo que pasa es que a nivel de marca -o sea como Todomonos es una marca y vende ropa- lo que nosotros hacemos obviamente pues, desde marca como ropa, es ver cuáles son las tendencias, textiles y las tendencias de moda y pues llevarla a nuestras investigaciones. (...) Tú veías en Zara todas las camisas con piñas y matas, pero aquí veías también las matas [plantas] pero en cosas muy locas con un discurso local. (Insignares, entrevista, 2015)

En Barranquilla -como nodo glocal- confluyen flujos económicos y simbólico a través de estas tendencias, las cuales marcarán en parte, la forma en que la ciudad es mostrada a través de diseños locales. La imagen que se ofrece de Barranquilla está atravesada por formas de significar de tendencia mundial, constituyéndose la ciudad en un catalizador, transformador y crisol de significaciones locales e internacionales.

En esta articulación e intersección con el entramado global, los emprendimientos de diseño de los cuales hablamos convergen con lo que se ha denominado diseño latinoamericano. Este es un movimiento a nivel continental que, desde su producción creativa, ha buscado construir identidad en torno al referente latinoamericano. Dicho movimiento ha sido liderado por la Asociación Latinoamericana de Diseño<sup>82</sup> (ALADI), cuyo objetivo es el fortalecimiento de una identidad latinoamericana desde su diversidad, a través del diseño. De esta forma, el diseño latinoamericano busca “la generación de proyectos locales con identidad global” (López, 2011).

---

<sup>82</sup> Fundada en 1980 en Bogotá aglutina el diseño industrial, gráfico, textil y de moda e interior, y tiene representantes de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Perú, Venezuela, Uruguay, Paraguay, República Dominicana, Puerto Rico y Bolivia. <https://www.disenioaladi.org/aladi/historia/>

“... así como nosotros hay gente en Lima, en México haciendo cosas con lo de ellos y con lo raizal. Y además que yo pienso que también es como a nivel de globalización hoy lo que estamos buscando más es hacia adentro, más que hacia afuera, porque realmente estamos hablando de diseño como tal y eso es lo que realmente nos va a distinguir. (Insignares, entrevista, 2015)

Estamos viendo iniciativas que se concentran en la diferenciación, en la consolidación de un diseño con denominación de origen, “Made in” (Amarís, entrevista, 2015), que les permita a la vez distinguirse y comercializarse; similar a lo que se ha consolidado, desde mediados del siglo XX, como diseño escandinavo, el cual se ha centrado en producir creaciones funcionales inspiradas en su tradición artesana y materias primas locales. De allí la relevancia de lo étnico y de la búsqueda y visibilización de lo ‘propio’ y ‘auténtico’, dentro de sus discursos y prácticas de pertenencia.

Estas propuestas en Barranquilla no son sólo impulsadas por un grupo de diseñadores aislados, existe una red de sinergias que se ha ido configurando en la ciudad en torno al interés por la preservación y rescate de la memoria, el patrimonio y su comercialización. Es así cómo, instituciones mixtas, públicas y privadas se han venido sumando a estas iniciativas, las cuales, en principio proponen un objetivo de interés común: el fortalecimiento del sentido de pertenencia que llevaría a una mayor apropiación de la ciudad; así como a su promoción y consumo. Dentro de los eventos más recientes, enfocados hacia dicho fortalecimiento, se encuentra el festival *No conocí el Palma*. Es una iniciativa de Todomonos apoyada por varias universidades, fundaciones, la empresa

regional de gas natural (Gases del Caribe), entre otras organizaciones. Este evento anual que celebró su cuarta edición en 2019 centra sus actividades en la visibilización y promoción del centro histórico y de la historia de la ciudad a través de charlas, talleres y visitas guiadas.

Este trabajo en sinergia con otros agentes sociales no es nuevo en Todomono, quienes desde hace años han venido generando espacios en torno al consumo cultural más allá de sus diseños. En este marco, han consolidado toda una línea de trabajo en la cual laboran de la mano con otras personas a quienes consideran conoedores del contexto urbano y/o de la tradición. A esta línea la han denominado *En llave*, haciendo referencia a una expresión comúnmente utilizada en la costa Caribe colombiana, donde el 'llave' es aquel amigo con quien puedes contar.

Por su parte, en términos de la interacción con el mercado cultural globalizado de los emprendimientos musicales que venimos abordando, recordemos que se articulan con lo que a nivel internacional se ha denominado World Music o Músicas del Mundo. Como ya hemos mencionado, si bien, algunos de los elementos de sus propuestas son retomados de las sonoridades tradicionales, sus formatos se alejan de las mismas impulsando que sea un producto consumible y consumido fuera de sus lugares de origen. Estas propuestas encajan en la tendencia denominada 'nuevas sonoridades del caribe colombiano'.

Como veíamos con anterioridad, algunas de estas agrupaciones se han conformado inicialmente por fuera de Barranquilla y la región Caribe, otras han

sido conocidas en el exterior antes de ser reconocidas en Colombia. Esas experiencias en espacios nacionales e internacionales han enriquecido los contactos y las redes en las cuales se encuentran inmersos. En el caso de Marlon Peroza, compositor y vocalista de Stereocuco, una de sus experiencias internacionales (con su agrupación de gaitas tradicionales) le abrió las perspectivas sobre los espacios y las posibilidades de los ritmos caribes a nivel internacional:

... Yo tuve la oportunidad de viajar en el 2005 a dos festivales en Hungría, uno en un pueblo cerca a Budapest (...) y el otro que se llama (...) y fui con un grupo de música tradicional con la gaita. Era, para mí fue una ventana a ver cómo eran las músicas tradicionales del mundo y cómo estaba Colombia respecto al mundo con sus músicas tradicionales. Entonces tuve la oportunidad de tocar en Budapest en una discoteca y ver como la gente brincaba, bailaba, gozaba sin entender un carajo qué pasaba, pero cómo hacía el ritmo y cómo hacía las melodías de la gaita y de la música tradicional colombiana, mover a la gente, ¿sí? cosas que incluso acá en Colombia no pasaba en ese momento (...) en ese momento me di cuenta -y también con la reacción del público en cada ciudad que íbamos y la reacción de los otros músicos-, me di cuenta que el sabor, que la alegría, que esa energía inexplicable que tenía la música tradicional me iba a permitir mi poder hacer muchas cosas con la música, me di cuenta que el futuro de la música colombiana estaba en las músicas tradicionales, en los sonidos.

Las tendencias que se mueven por circuitos internacionales alternativos al mainstream han jugado un papel fundamental para el nacimiento y desarrollo de

las iniciativas que estamos analizando, las cuales ven un nicho en el mercado étnico en el que se consumen las músicas tradicionales. Desde hace ya varias décadas, la World Music ha ido conformando su espacio en la industria musical y podemos apreciar cómo, en los últimos años, los escenarios europeos y, específicamente los españoles, acogen cada vez más propuestas musicales inspiradas en la música tradicional de distintas partes del mundo.

En Madrid, por ejemplo, observamos variadas propuestas principalmente en torno a la cumbia (de distintos sitios de las Américas), pero en general apreciamos en diversos escenarios fusiones basadas en ritmos provenientes del trópico con sonidos electrónico. Es el caso, por ejemplo, de iniciativas como la Rueda de Madrid<sup>83</sup>, DJs como Guacamayo Tropical y Sonidero Mandril, e invitados de todas partes del mundo que se presentan constantemente en las distintas salas y festivales madrileños. De igual forma, podemos observar la consonancia con las tendencias a nivel internacional, en el interés que algunas disqueras como Sony Music han manifestado frente a propuestas y agrupaciones colombianas como Chobquibtown y Bomba Stereo.

Todas las agrupaciones (o, al menos, uno de sus miembros) a las que nos referimos en este apartado, se han presentado alguna vez fuera de Colombia. En el caso de Systema Solar, antes de ser reconocidos en Barranquilla, participaron en varios festivales en Europa y aún lo siguen haciendo. Por ejemplo, en 2017 hicieron parte de la primera edición del *Festival Río Babel* en Madrid, así como

---

<sup>83</sup> Se definen como “un encuentro musical con base en Madrid” con raíces en la música afrocolombiana. Cuentan con un portafolio de artistas tradicionales y de lo que denominan ‘nuevas músicas colombianas’.

en otros festivales europeos a lo largo de ese verano. Dicho reconocimiento internacional, ha venido jugando un papel importante al momento de ser tenidos en cuenta tanto por el público como por los programadores a nivel nacional y local en Barranquilla; circular en el mercado internacional es un plus que les da visibilidad para su comercialización y venta.

Por otra parte, los escenarios nacionales e internacionales en la ciudad y la región como el Mercado Cultural del Caribe, Berbetronika, Barranquijazz, etc., han posibilitado, no sólo la promoción de estas propuestas en Barranquilla, sino también contactos y flujos con propuestas internacionales. Se convierten en espacios que, además de servirle a los artistas para darse a conocer, también “están abriendo las puertas para que traigan artistas y se forme todo un intercambio cultural entre los artistas que traen y los músicos locales.” (Manjarrez, L., entrevista, 2015).

En el caso de la Berbetronika, por ejemplo, su cartelera varía de edición a edición, presentando artistas emergente locales, pero también algunos de talla internacional tanto de la región como venidos del extranjero. Por ejemplo, en la edición número 22 los artistas centrales fueron Shaggi (Jamaica) y Bomba Stereo. Esta última es una agrupación de la región caribe colombiana cuyos trabajos iniciales estuvieron articulados al espacio urbano de Barranquilla y que, hace algún tiempo, firmó con Sony Music para su producción, llegando a grabar junto a Will Smith, entre otros artistas internacionales. De hecho, todas las agrupaciones a las que hacemos referencia en este capítulo se han presentado, por lo menos en una ocasión, en la Berbetronik.

Otra de las principales plataformas para estas propuestas creativas es *El Mercado Cultural del Caribe (MCC)*, el cual se viene desarrollando desde hace unos años en la ciudad de Cartagena de Indias. Es relevante que hablemos del MCC pues, aunque no se desarrolle en Barranquilla, aglomera a las principales iniciativas que se vienen presentando en la ciudad y en toda la región Caribe colombiana.

El MCC viene realizándose desde 2008 en Cartagena de Indias. Creado e impulsado por Rafael Ramos (músico y gestor cultural) y apoyado por entidades tanto públicas como privadas, nacionales e internacionales (Ministerio de Cultura de Colombia, Cámara de Comercio de Cartagena, Universidad Tecnológica de Bolívar, USAID, AECID, entre otros), es un espacio pensado como una plataforma para promocionar propuestas artísticas de la costa caribe colombiana. Se ha centrado principalmente en las iniciativas musicales, aunque también se hacen presentes las danzas y las artes escénicas. Normalmente se lleva a cabo anualmente durante cuatro días a finales de noviembre.

Su principal actividad es la rueda de negocios, lugar a puerta cerrada donde los artistas, con anterioridad inscritos, tienen la oportunidad de mostrar -durante 15 minutos cada uno- sus propuestas a empresarios y programadores del sector. A esta actividad es posible asistir también como gestor cultural o investigador, bajo la figura de observador. Por otra parte, encontramos actividades abiertas al público: una franja académica donde se dictan charlas y se problematiza sobre las dinámicas de las industrias culturales; jornadas formativas y talleres, para artistas; los *showcases*, el 'escaparate' donde se muestran las propuestas artísticas al público en general.



**Imagen 94. Mercado Cultural del Caribe MCC 1.** En el espacio denominado *Encuentro de saberes*, se hay a la venta comidas, artesanías y otros productos elaborados por personas de la región, al tiempo que se realizan conversatorios con invitados nacionales e internacionales sobre sus experiencias en torno a las artes y el Caribe. (Foto propia, 2015).



**Imagen 95. Mercado Cultural del Caribe MCC 2.** El Showcase para los grupos musicales son presentaciones promocionales frente al público y programadores, esta toma la forma de conciertos, los cuales se desarrollan en una de las calles del casco antiguo del centro cartagenero. Las propuestas que se presentan en el *showcase* deben pasar previamente una preselección. Si bien, deben gestionar los tiempos, pues está limitado por los 4 días que dura el MCC, estas dinámicas encajan en los parámetros de competitividad en los que se encuentran inmersos los emprendimientos. (Foto propia, 2015)



**Imagen 96. Mercado Cultural del Caribe MCC 3.** Rueda de negocios 2015 y cartel publicitario MCC 2019. Lo étnico se encuentra constantemente presente tanto en su imagen como en las propuestas que se presentan en esta plataforma, apreciándose la etnización propia de las propuestas enmarcadas en la World Music. (Foto propia, 2015)

Tanto los músicos de Bozá y de Sistema Solar, como los diseñadores de Todomon, han participado en el MCC. El Mercado Cultural del Caribe se ha consolidado como un espacio de confluencia de artistas, gestores culturales, investigadores, productores y programadores, generando y fortaleciendo flujos en el marco de circuitos culturales alternativos. De esta forma, se han venido conformando redes nacionales e internacionales.

Uno de esos ejemplos lo tenemos en la propuesta de Off Tropic, proyecto ganador de la *Convocatoria de Estímulos 2014 del Ministerio de Cultura de Colombia*. Off Tropic es un circuito que funciona como marca colectiva, cuyo objetivo es articular “organizaciones de gestión cultural con el fin de promover la circulación de la movida musical entre Cartagena, Barranquilla y Santa Marta. Complementando esto con procesos de investigación y formación en música y producción de eventos” (web oficial). Se encuentra conformado por personas de diferentes ciudades del Caribe colombiano que se han organizado con el fin de brindarle espacios de puesta en escena, a través de un trabajo en red, a emprendimientos musicales con proyectos ya desarrollados; de intercambiar creaciones y hacerlas sonar en distintos canales. Un circuito *OFF* (fuera de, al margen), el cual estimula canales de circulación diferentes a los de las radios comerciales, las cuales generalmente no se encuentran interesadas en propuestas que se desvíen del mainstream.

Como vemos, algunas de las propuestas sobre las que estamos trabajando, si bien no circulan en los circuitos comerciales nacionales, se mueven en otros espacios e incluso han llegado a ser reconocidas a nivel internacional. Esto responde, en parte, a una tendencia en el mercado cultural globalizado dirigida

a la etnización, y consumo de las músicas regionales de distintas partes del mundo. Es así como, a través de estas propuestas, se vende el Caribe colombiano al exterior.

Nosotros, lo que hemos intentado con nuestra música es eso, es hacer sentir a la gente con nuestra música como una cosa más loca, más universal. Todo el mundo nos dice “no, pero es que la música que ustedes hacen es como pa’afuera”. Yo creo que sí, pero nos arriesgamos a tener como base de operación en Barranquilla y nos funcionó, nos funcionó en el sentido de que a la gente le ha gustado, o sea hemos tocado. (Peroza, entrevista, 2016)

En el caso de Stereocuco, aunque su iniciativa no ha sido comercializada a nivel internacional, encaja dentro de los parámetros de ese mercado cultural étnico globalizado y es percibida de esa forma en el contexto en el que se desenvuelven. No son percibidos como música tradicional, pero se encuentran articulados a la misma, moviéndose en un espacio intermedio de tensión entre lo local/regional y las tendencias y circuitos internacionales, donde Barranquilla juega un papel fundamental como aglutinador.

Apreciaremos que las escalas de subnacional y supranacional se intersecan a través de espacios y emprendimientos creativos, los cuales ponen en valor en el mercado cultural globalizado creaciones inspiradas en referentes locales y regionales. En este contexto, Barranquilla actúa como un nodo en y a través del cual se cruzan y articulan múltiples referentes y códigos simbólicos subnacionales, nacionales e internacionales, contruidos y reconfigurados por las

dinámicas comerciales neoliberales que enmarcan a las industrias culturales y transversalizan a la ciudad.

La etnización y exotización que se observa en los mercados internacionales, se ve reflejada igualmente en el consumo musical en Barranquilla. Actualmente, podemos apreciar un aumento en el consumo de ritmos como la champeta que, con anterioridad, habían sido despreciados y discriminados (al igual que la población que los escuchaba), en gran medida por su origen popular y afro. Al ser mostrados por algunos de estos emprendimientos como algo apetecible, cuyo consumo te pone a la moda y aumentando tu estatus, clases medias y altas de la ciudad se han aproximado a los mismos.

Al acercarnos a referentes identitarios retomados y resignificados, espacios y redes relacionales en el marco de los emprendimientos que venimos abordando, se vislumbra cómo la exotización de lo étnico, de la cultura popular y la tradición ha tomado un papel relevante en sus propuestas. Es a través de dicha etnización y exotización que se mercantilizan las identidades y, a partir de estas lógicas identitarias, se impulsa la comercialización de sus productos en el mercado cultural.

### **Identidades, construcciones hegemónicas desde el mercado cultural**

Como hemos visto, estas propuestas desde el diseño, la música y la gastronomía parten, fundamentalmente, de referentes identitarios articulados a la ciudad y a la región para la creación de sus productos culturales. Ello, respondiendo y

articulándose a tendencias globales de diseño 'made in', 'World music' y gastronomías con sello de origen.

... entonces es chévere cómo la gente necesita meter al mercado o meter en el conocimiento de la gente en la actualidad las raíces con, en un lenguaje que la gente adopte, es decir, que vaya de acuerdo con lo que está pasando en cada una de las ciudades, porque tampoco es meter algo descontextualizado que no sea llamativo. Entonces por eso nosotros tampoco nos salimos de eso. Por ponerte un ejemplo, esa camiseta que esta 'ahí' [señalando una de las camisetas en su local] es un patrón que se repite y si tú buscas 'patern' en Google vas a ver que es una tendencia mundial ahora el tema de patrones en camisetas, pero nosotros estamos mezclando una tendencia con algo propio que es un cóctel de camarón. (Vengoechea, entrevista, 2015)

Se ha generado un mercado en torno a las identidades, más específicamente, a las construcciones identitarias consolidadas desde intelectuales y artistas de las clases medias quienes, buscando el rescate y la puesta en valor de lo tradicional y 'lo propio', ejerciendo su capacidad de agencia han generado propuestas comerciales que instrumentalizan los procesos identitarios. Las identidades están siendo presentadas y vendidas como productos de consumo. Lo vemos claramente, por ejemplo, en la charla ofrecida por Todomono en la Universidad del Norte (Barranquilla) en 2017, denominada *Haz de tu identidad cultural una idea de negocio*.

Parte de los insumos para dicha producción identitaria comercializable proviene de las clases populares. Se entablan relaciones utilitarias, que responden a intereses económicos particulares, donde lo popular es visto como fundamental para la creación del producto a comerciar y consumir. Como expone Yúdice (2002) las instituciones académicas y artísticas “contribuyen a capitalizar a los grupos susceptibles de ser capitalizados” (p. 202).

Negociar desde y con las identidades requiere de la capacidad para seleccionar -y poner a circular en el mercado simbólico- los referentes identitarios que se desean comercializar. La selección de dichos referentes depende de los intereses y del poder de negociación que tengan quienes la realizan. En los casos que hemos abordado, se trabaja principalmente sobre el referente de la alegría del Caribe y su gente, aspectos positivos de los múltiples imaginarios que han podido configurarse en torno a la región. Esa alegría vende.

Los intereses políticos, económicos y personales, así como la memoria vivida e imaginada, marcan la ruta a seguir para establecer qué es válido o no de ser resaltado y reivindicado como tradicional y constitutivo de nuestras identidades. Por ejemplo, desde la gastronomía, la validación y legitimación de un tipo de comida rápida sobre otra como elementos considerados no tradicionales; esto, asociado directamente al estatus social que se ostente. Quién la valida como tradicional y la reivindica, muchas veces no es quien la consume por ser su única opción.

Pues el Barranquillero tradicional, popularmente hablando, es un Barranquillero que come su comida tradicional, que va por la calle y te come

su arroz de payaso, que te come los fritos, que se alimenta como de lo que tiene y eventualmente se da su 'champú'<sup>84</sup> yendo a un puesto de comidas rápidas, que es otro de los grandes elementos que está atentando contra la cocina tradicional y es esa invasión de salchipapa que tenemos y otra cantidad de productos. Ni siquiera te diría de la mazorca de pollo desgranada, porque digamos, hay muchos puestos de perro caliente que te hace el pollo a la brasa y tienen maíz y te hacen unas buenas salsas y es válido. (...)

Entonces me gustaría estar vinculado a proyectos en donde se esté desarrollando y exaltando la cocina, la comida buena, la comida identitaria de la ciudad, de la calle. (...) Entonces creería que no es el tema de cómo quitamos los vendedores de acá, sino como reorganizamos el tema de los vendedores ambulantes, porque ahí tenemos butifarreros [vendedores de butifarra], ahí tenemos los que venden los bollos, ahí tenemos los que venden las arropillas, ahí tenemos los que tienen los patillazos [zumo de sandía], los que venden el arroz de lisa, los que venden los fritos. Entonces tenemos muchos alimentos tradicionales, patrimoniales, que lo que merecen es ser exaltados. (Quessep, entrevista, 2015)

Estamos hablando de un mercado simbólico en el cual, en muchas ocasiones se reproducen discursos y/o dinámicas hegemónicas, que han estado presentes en nuestra sociedad continuamente. En este caso, el poder simbólico y real (a través de las dinámicas del mercado cultural), es ejercido desde quienes buscan legitimar su estatus social en el marco de la intelectualidad y las artes. Son ellos

---

<sup>84</sup> Darse un champú= darse un gusto, un lujo.

quienes seleccionan los referentes de identificación y quienes los ponen en juego en diversos escenarios; quienes seleccionan la forma de hacerlo, teniendo en cuenta aquello que está de moda para poder comercializarlo

Siguiendo esta línea, podríamos estar apreciando esbozos de una identidad de legitimación en términos de Castells; de procesos identitarios legitimadores, aquellos a través de los cuales se genera una sociedad civil y que son introducidos por las instituciones dominantes de la sociedad. Debe tenerse en cuenta, que las propuestas analizadas siguen patrones hegemónicos en la reproducción cultural, adhiriéndose al proyecto modernizador que ha intentado implementarse en los contextos urbanos latinoamericanos. Si bien, dichas propuestas buscan ser críticas frente a las realidades del contexto, no se evidencia la problematización o el cuestionamiento de los paradigmas de la modernidad y el progreso en los cuales se encuentran inmersos.

En este punto, debe tenerse en cuenta que los límites entre los distintos tipos de identidad propuestos por Castells no son estáticos ni impermeables. Es así como, podemos ver a través de estas iniciativas, igualmente, un intento de propuesta de construcción social, el cual podríamos asociar con una identidad proyecto. Sin embargo, dicha propuesta se queda generalmente en anhelos, pues las dinámicas políticas y económicas del mercado, así como la visión que tienen de la identidad regional y urbana como algo que debe ser rescatado, lleva a legitimar cierto statu quo.

Como actores inmersos en estas realidades, en ocasiones, no reconocemos los privilegios que tenemos en términos de nuestro poder de decisión en el marco

de las industrias culturales y los mercados de las identidades. Aquello que presentamos como reivindicaciones de 'lo propio' para la población general (en este caso que nos constituye como barranquilleros y caribes), son nuestras miradas y están sesgadas por nuestros intereses, por lo tanto, tendemos a privilegiarlas y a considerarlas las más adecuadas. Desde nuestro interés de poner en valor la tradición, la comercializamos, vendemos, compramos y, a su vez, con esto reproducimos en la ciudad el *statu quo* en términos de segregación social, cultural, política y económica.

Las identidades son un campo de construcción y negociación de sentidos, en conflicto y transformación constante; se reconstruyen y retroalimentan continuamente a través de las interacciones sociales. Ellas están mediadas por intereses políticos y económicos diversos. La cuestión es, quiénes tienen el poder para escoger y negociar dichos sentidos.

En los casos abordados, la identificación con la ciudad es propuesta desde intelectuales y artistas, a partir de sus experiencias e intereses en la urbe

Entonces para mi Todomono es como una línea que va atravesando la ciudad. Inicia con lo que Johnny y yo traemos desde que somos pequeños, con lo que nos han inculcado: valores, costumbres, tradiciones, pero cuando ya empieza a ser un proyecto un poco más grande, empezamos a recoger también las impresiones de otros barranquilleros. (Vengoechea, entrevista, 2015)

Los actores de las iniciativas abordadas entablan relaciones de poder desde sus posiciones particulares, donde sus pertenencias de clase juegan un papel

fundamental. Cuentan con poder de selección, generación y difusión de narrativas; de reconfiguración y comercialización de sentidos.

Se presenta una negociación situacional de identidades. Sin embargo, en este caso la negociación no sólo se da fuera del sujeto -dependiendo del contexto en que deba situarte y posicionarse-, también se da 'dentro', en el sujeto mismo. Es una negociación para ubicarse en la ciudad desde la vivencia. Es la identidad cultural expresada a través del cuerpo -de lo que comes, escuchas, bailas, vistes- la que se pone en juego en estas dinámicas. Tratas de posicionarte, pero la negociación que se da frente a los 'otros' inicia en ti, en tu propio sentir. Se presenta el cuerpo como espacio de frontera primigenio, cruzado a la vez por las dinámicas comerciales del mercado que terminan moldeando, en parte, esa negociación.

### **Prácticas y representaciones encontradas: entre la ciudad ideal y la ciudad reproducida**

Todas estas propuestas desde el diseño, la música y a gastronomía se sustentan en discursos progresistas de democratización de la ciudad y puesta en valor de la tradición y la cultura popular. El fortalecimiento del sentido de pertenencia con la urbe constituye el centro de sus propuestas identitarias.

Más allá de la creación artística y la comercialización de sus productos culturales, parte del interés de estas iniciativas es la visibilización de referentes que han sido discriminados y marginado, durante mucho tiempo desde las clases medias y altas barranquilleras, pero que sienten que son parte constituyente de nosotros

como barranquilleros y caribes. Muchos otros referentes retomados en las obras de estos colectivos han sido desconocidos, ignorados y menospreciados por la población de la ciudad, llevando incluso al abandono de zonas de esta, como el centro histórico.

Muestran, a través de ritmos, imágenes y sabores, lo que ellos (los impulsores de estos proyectos) y su entorno consideran como parte constituyente de lo que somos: del ser caribe. En este marco, se sueña una ciudad caribe donde sus habitantes reconozcan, respeten y trabajen para mantener su diversidad, riqueza cultural, infraestructura y convivencia; y que a la vez se proyecte hacia el mundo. Barranquilla como una ciudad cosmopolita con el mundo reflejado en ella y ella reflejada en el mundo globalizado, a través de sus manifestaciones culturales.

Consistentemente han trabajado en torno a este objetivo y, hasta cierto punto lo han logrado. A través de la resignificación y comercialización de referentes identitarios basados en las tradiciones y cultura popular de la ciudad y la región, no sólo han generado nuevos espacio y reconocimiento de dichos referentes en la ciudad, también han logrado trascender fronteras regionales y nacionales.

Centrándonos en Barranquilla, se busca democratizar la urbe generando espacios que retoman 'lo que nos une'. Sin embargo, en el marco de las dinámicas de la ciudad neoliberal, de la mercantilización de dichos espacios, se termina por reproducir el statu quo, se continúa reproduciendo la exclusión de parte de la población de múltiples espacios en la ciudad. Todo ello, ha llevado a generar tensión entre el discurso que sustenta las propuestas que hemos abordado y las dinámicas que están contribuyendo a reproducir.

Vemos como, en la ciudad neoliberal - en este esfuerzo por transformar la cultura ciudadana, remediar el desconocimiento de las tradiciones e historia caribe y por fortalecer del sentido de pertenencia con el contexto-, se generan articulaciones entre las redes de significado gestadas en los discursos progresistas y aquellas propias de las lógicas hegemónicas del mercado globalizado. Tener en cuenta esta articulación, facilitar ubicar estrategias de acción en el contexto. Podemos rastrear las entidades de cambio y ubicar qué hemos pasado por alto, dónde podemos concentrar nuestros esfuerzos para repensar y optimizar la labor que se está llevando a cabo en torno a la construcción de espacios sociales democráticos e incluyentes a través de las industrias culturales en la urbe.

Podemos apreciar cómo ligeramente gira la mirada un sector de la ciudad que, durante mucho tiempo ha estado alejado de las realidades de los sectores populares y de muchos de los espacios de esta. Generar esa mirada sobre los espacios urbanos -las prácticas y relaciones que en él se desenvuelven-, es una transformación que puede potencializarse con el análisis de las limitaciones y alcance de las propuestas que se han venido desarrollando. Dicho análisis, provee los insumos para generar transformaciones reales en el contexto urbano, en diálogo con las lógicas neoliberales con las cuales se articulan los discursos identitarios desde las industrias culturales y la ciudad en general.

## CONCLUSIONES

Las tensiones y, en muchas ocasiones, contradicciones que se presentan dentro de las industrias culturales entre propuestas progresistas de democratización de la urbe guiadas por lógicas identitarias y las dinámicas hegemónicas neoliberales del mercado cultural globalizado con las que se encuentran articuladas, generan espacios intersticiales en los cuales hemos centrado nuestra atención en la presente investigación. La reivindicación y fortalecimiento de sentidos de pertenencia e identidades relacionadas con la ciudad se encuentran intrínsecamente entrelazadas con su mercantilización y comercialización; con la apropiación utilitaria de los referentes que son retomados en los discursos y prácticas de pertenencia, impulsados por los emprendimientos culturales abanderados por las propuestas que hemos analizado. Mi aporte se centra en mostrar los espacios intersticiales entre la tradición, la cultura popular y el consumo de masas, los cuales son abordados de forma utilitaria (etnizándolas, exotizándolas, patrimonializándolas, espectacularizándolas y mercantilizándolas) por parte de algunas élites locales y que reproducen el statu quo social, cultural y económico de la ciudad.

Esta aproximación me fue posible realizarla, en gran medida, como consecuencia de mis propias adscripciones en el contexto y las dinámicas abordadas. Tanto mis pertenencias como barranquillera de clase media y mujer caribe, como aquellas asociadas a los entornos intelectuales, sociales y culturales de los cuales surgen los emprendimientos analizados, me proporcionaron una visión privilegiada de los conflictos, tensiones y contradicciones que se presentan en los mismos. En este caso pasé de ser consumidora de los productos culturales

creados y comercializados por las iniciativas estudiadas, a interpretar y analizar desde la antropología social los procesos identitarios y de ciudad implicados en estas propuestas desde el diseño, la música y la gastronomía.

Con todo lo conflictivo que en algún momento resultó para mí este cambio de rol frente a dichas iniciativas creativas, me posibilitó una nueva aproximación a los 'otros' desde el extrañamiento de mí misma. Desde el punto de vista epistemológico, me ubica en una nueva perspectiva para la comprensión de las dinámicas identitarias y las complejas realidades urbanas transversalizadas por las dinámicas neoliberales globalizadas.

Uno de los principales puntos que fue evidenciándose a lo largo del desarrollo de la investigación es la relevancia de 'lo Caribe' para los emprendimientos culturales de nuestro interés; lo Caribe tenido en cuenta, no sólo en su carácter geográfico sino también geopolítico. 'Lo Caribe' es visto por parte de intelectuales, artistas y políticos de la urbe desde la perspectiva del Gran Caribe: un territorio que trasciende fronteras políticas e idiomáticas y que reivindica una historia de resistencia y resiliencia común, así como los lazos económicos e intercambios culturales que, partiendo de ella, pueden y 'deben' potencializarse y estrecharse, entre otras cosas, con el fin de tener una mayor intervención en los mercados -regionales e internacionales- económicos, académicos, y culturales.

Como apreciamos en el texto, la construcción de dicho referente Caribe ha estado en manos de las elites políticas e intelectuales de la ciudad y la región. Barranquilla, al haberse consolidado como centro comercial y el centro urbano

más grande de la costa norte de Colombia, ha sido foco de las dinámicas de etnogénesis regional y urbana. Todo ello en contraposición a la hegemonía regional -la cual se ha evidenciado desde inicios de la República Colombiana- ejercida desde el interior andino y que ha estado teñida de prejuicios raciales. Dicho centralismo, ha reforzado las identificaciones regionales y generado una contraposición entre el centro y la provincia. A ello podríamos adjudicarle el fuerte reconocimiento de aquello considerado barranquillero con el referente Caribe, y lo efímero y nebuloso de la identificación con lo nacional en los espacios abordados.

Sin embargo, los procesos identitarios de Barranquilla como ciudad pasan, no sólo por las relaciones con el interior del país (en el marco de las cuales se configura diferencialmente como ciudad Caribe), sino por las relaciones que esta ciudad ha tenido con el exterior, en principio como puerto y receptáculo de migraciones durante el SXIX y la primera mitad del XX y, en la actualidad como consecuencia de la conectividad que ha aumentado en el planeta y de su bautizo como capital del TLC por parte de las élites locales e interioranas. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que los discursos generados en torno a este último planteamiento se encuentran basados, en gran medida, más en antiguas glorias de la urbe que en las realidades fragmentadas y económica y socialmente precarias que vive actualmente Barranquilla.

Las negociaciones entre élites -tanto locales/regionales, como de estas con las capitalinas- en aras de una reivindicación no sólo como ciudad sino también como región, se enmarcan en cierta medida en un intento por mantener y reproducir el estatus que alguna vez ganó Barranquilla como principal puerto

comercial del país. Las reminiscencias de un pasado glorioso como centro comercial y cultural, como ciudad cosmopolita, jalonan los discursos regionales de la última mitad de siglo XX, en los cuales se enmarcan las iniciativas creativas que abordamos. Ello se reproduce en el impulso que los gobernantes barranquilleros le están intentando dar como 'capital del TLC', en cuyas dinámicas económicas neoliberales encajan los emprendimientos culturales a los que nos referimos.

Por esta razón, las dinámicas identitarias desde las industrias culturales en la ciudad y la región no son la excepción. Tanto las memorias construidas en torno a su desarrollo (apreciadas en el tercer capítulo), como sus discursos y dinámicas actuales son atravesados por los discursos de lo Caribe frente al interior nacional y por la interacción con el exterior dentro de las lógicas de la globalización neoliberal. Es en el marco de dicha interacción que se construye a Barranquilla desde los emprendimientos culturales como ciudad caribe. En todo caso, todo ello se desarrolla en espacios liminales de la memoria, pues en muchas ocasiones Barranquilla es considerada Caribe, más basándose en los discursos que en torno a ella se han construido que en su propio posicionamiento geopolítico.

Teniendo esto como referencia, podemos apreciar que lo Caribe es visto por los actores sociales abordados más como una forma de ver la vida que como una ubicación geográfica. El ser caribe mira hacia el interior (del territorio nacional) como referente de contraposición y distinción, pero a su vez mira hacia el exterior y se imagina a partir de esas conexiones e interacciones como de carácter abierto, libre, irreverente, desenfadado, resiliente y positivo; ser Caribe, 'lo caribe' es esto, y Barranquilla es una ciudad Caribe desde este punto de vista. No tiene

que ver con fronteras físicas, sino más con una idea de Caribe que se ha ido conformando progresivamente desde algunas élites y que, como apreciamos en el caso de estudio particular, vende; posibilita unificar a parte de la población a través del consumo cultural de lo Caribe en el marco de la urbe, a la vez que nos insertamos en el mercado cultural globalizado. El intentar unificar a través del referente Caribe es un proyecto que lleva décadas desarrollándose y del cual podemos rastrear algunos de sus fundamentos en la falacia de la democracia racial imperante en el país desde finales del siglo XIX hasta hace 30 años. Como expone Cunin (2003):

La referencia a la nueva “identidad caribeña”, concebida como fusión de la diferencia, reconciliación entre el otro y el semejante, tiende a reproducir la lógica del sobrepaso de lo heterogéneo por lo homogéneo, de lo múltiple por lo único, evocada anteriormente a propósito del mestizaje. Al final, la permanencia de jerarquías sociales pareciera debilitada frente al mito de la unificación, contribuyendo así al mantenimiento de una ideología racializante que, desde hace algún tiempo, ha tomado la forma de la referencia a la “raza caribeña”. (p. 307)

Las propuestas creativas que analizamos reconocen, representan y muestran a Barranquilla como ciudad Caribe. En primera instancia, esto las articula con el discurso de caribeñidad que ha tomado cada vez más fuerza a partir de la segunda mitad del siglo XX tanto en el ámbito político -con la consolidación de las negociaciones que buscan la autonomía regional-, como en el cultural a través de intelectuales y artistas de la región caribe colombiana. Dicho reconocimiento desde el referente Caribe propicia y ayuda a consolidar el posicionamiento frente

al interior andino del país; al centro de poder nacional político, económico y pretendidamente cultural. En segunda instancia, el discurso caribeñista les ha posibilitado impulsar la generación y consolidación de redes mercantiles internacionales orientadas por lógicas identitarias.

Si bien el proceso de construcción de la región Caribe colombiana ha tenido repercusiones a nivel político (hasta alcanzar la constitución nacional), en los sectores creativos de la ciudad, ha estado alejado de las bases, las cuales frecuentemente sólo han participado en momentos puntuales. Esta carencia en la participación (tal vez por falta de herramientas o como consecuencia de estar en juego fundamentalmente intereses de algunas élites políticas y económicas) ha hecho mella en el empuje y alcance de las propuestas centradas en el proyecto de autonomía regional y de fortalecimiento de sentido de pertenencia con la ciudad. Lo que hemos apreciado constantemente en el último siglo, a través tanto de las propuestas políticas como de las artísticas en torno al proyecto Caribe, han sido negociaciones entre élites políticas, económicas e intelectuales sin una participación relevante de la población general de la región.

Son parte de las clases medias y altas las que consumen la ciudad, es decir, una pequeña proporción de esta en un país como Colombia. En este caso, productos inspirados en la tradición y la cultura popular de la urbe y la región caribe colombiana que han sido resignificados con el fin de ponerlos en valor dentro de un proceso de patrimonialización. En este marco, han sufrido una etnización y exotización a través de la cual se ha potencializado la comercialización y consumo de los mismos, pues se encuentran, en sintonía con circuitos y tendencias de consumo más amplias a nivel global. Teniendo en cuenta los

discursos que exponen los emprendimientos abordados, la puesta de dichos productos en juego dentro del mercado busca reforzar el sentido de pertenencia con la ciudad y la región en el marco de proceso de construcción de identidad. Mientras este objetivo puede o no consolidarse, dichos emprendimientos y sus consumidores-que parten de las élites económicas, intelectuales y artísticas regionales- mantienen e incluso acrecientan su estatus social, cultural y, en ocasiones, económico a través del aumento de su capital simbólico.

Estos actores sociales se constituyen como sujetos políticos a través de la generación de discursos identitarios y prácticas de pertenencia. Es así como, si bien poseen capacidad de agencia, lo cual les permite ejercer poder político -en términos de tener la capacidad de poner a circular a través de diversos canales y circuitos discursos y propuestas identitarias-, dicha agencia, hasta cierto punto resulta ilusoria, aunque rentable económica y simbólicamente.

La ilusoriedad de tal agencia y su alcance -en las relaciones de poder dentro de las lógicas de estos emprendimientos culturales-, se debe a la falacia de control que conlleva. Los sentidos imbuidos a los productos culturales por parte de los emprendimientos -los cuales parten de las resignificaciones de la tradición y la cultura popular-, al ser comercializados son resignificados a su vez de diversas formas por los consumidores; a partir de allí, no tienen control sobre los mismos. Si bien, el consumo puede ser un acto político (Yúdice, 2002) a la hora de reivindicar las pertenencias, las múltiples interpretaciones que se realizan de dichos productos culturales frecuentemente llevan a la trivialización de la memoria, en vez de fortalecer los sentidos de pertenencia a la urbe y la región

como los emprendedores culturales expresan en sus discursos y esperan que ocurra. En cuanto estás se ponen en juego, los sentidos mutan fácilmente.

Los contactos puntuales con ciertos espacios y dinámicas urbanas no trascienden de ser experiencias anecdóticas para gran parte de sus consumidores. Uno de los principales aspectos que influye sobre las interpretaciones que realizan los consumidores culturales es la fragmentación y la distancia de clase tan marcadas en Barranquilla, consolidándose de esta forma la elitización de los referentes inicialmente tomados como inspiración para las creaciones de estos emprendimientos. Las clases populares no tienen acceso a los espacios culturales donde se ponen en juego las iniciativas abordadas y las clases económicamente más privilegiadas sólo se asoman desde sus espacios de confort a las realidades populares, a través del consumo de algunos de los productos propuestos por estos emprendimientos. La fragmentación se reproduce y ahonda en Barranquilla por esta razón. A pesar de estas contradicciones, la generación, circulación, negociación y consumo -dentro del mercado cultural- de productos centrados en discursos y prácticas identitarias son rentables, por lo que las identidades siguen siendo abordadas de forma utilitaria.

Esta mercantilización de referentes identitarios desde las élites intelectuales y artísticas en una ciudad desigual y fragmentada reproduce el statu quo, a la vez que genera procesos identitarios en torno al consumo, construyendo así una identidad urbana elitista y fortaleciendo las lógicas de clase preexistentes en la urbe. Aun así, a través de dichos emprendimientos se visibilizan y ponen en valor -para algunos sectores- prácticas, actores y espacios que con anterioridad no

formaban parte de su imaginario urbano o que sólo lo hacían a través de su memoria imaginada de la ciudad.

Estas iniciativas surgen en el marco de, y se han articulado con, un mercado cultural internacional de lo auténtico, centrado en la etnización de las tradiciones y de la cultura popular; en la exotización de referentes culturales e identitarios. Jugar en el terreno de la comercialización de lo auténtico le abre las puertas a la urbe para posicionarse en el mercado cultural internacional a través, no sólo, de la consolidación de la marca ciudad, sino también de las redes e intercambios tanto comerciales como culturales que en este marco pueden desarrollarse.

---

Apreciamos la puesta en valor de lo local y étnico frente a la mundialización generada por la globalización, común en el mercado de lo auténtico de las industrias culturales a nivel global. El ‘rescate’ y puesta en valor agudiza la percepción de relevancia de la patrimonialización cultural en las ciudades. En este aspecto, por ejemplo, la UNESCO “promueven conceptos pluralistas y universalistas al estilo de derechos humanos, principios de libertad de expresión, acceso a la educación y respeto a la diversidad cultural. Sin embargo, tienden a privilegiar la valoración y la persistencia de los saberes tradicionales, en tanto sean compatibles e impulsen el desarrollo de mercados acordes con la lógica económica de la globalización (Pérez y Argueta, 2011)”. (Matta, p. 214, 2015)

Todo ello armoniza con la concepción de Barranquilla como ciudad neoliberal, inmersa en lógicas de competitividad y consumo. Dinámicas que han sido impulsadas desde su conformación como urbe en torno al comercio nacional e internacional. Es así como, las propuestas que abordamos se articulan a, y

reproducen las lógicas hegemónicas de los mercados neoliberales internacionales que transversalizan la ciudad. Que unos le apuestan a la competitividad desde lo empresarial y otros desde lo cultural, es un 'detalle' que no deja de lado la comercialización de la urbe y sus referentes.

Tanto los actores como la administración pública piensan en Barranquilla como ciudad competitiva, desde el marketing, para venderla. De esta forma, quienes buscan contestar de algún modo los discurso hegemónicos -pretendiendo democratizar la ciudad, promoviendo su apropiación y haciéndola más inclusiva por medio de sus propuestas creativas- juegan dentro de ellos y los impulsan a través de sus proyectos e ideas de ciudad. Podemos apreciarlo incluso en las dinámicas identitarias que subyacen los discursos y prácticas desde estos emprendimientos culturales, la cuales resultan igualmente complejas y un tanto contradictoria. Retomando a Castells (2004), podemos decir que nos encontramos con procesos identitarios de legitimación, a pesar de que sus actores pretenden impulsar una identidad proyecto -principalmente en torno al referente Caribe- a través de la cual tanto la urbe como la ciudad puedan posicionarse comercial y culturalmente en el tablero de juego nacional e internacional.

En definitiva, la mercantilización de referentes culturales responde, por una parte, al 'espíritu mercantil' barranquillero, que se sustenta principalmente en las nostalgias de su auge y que, a su vez, se refleja en los intentos actuales de sus élites por consolidarla como ciudad comercialmente competitiva a nivel mundial, a través de su articulación con tratados internacionales; por otra, a la articulación de las iniciativas creativas que retoman y resignifican la tradición y la cultura

popular con circuitos creativos internacionales enmarcados en el mercado cultural globalizado. Es una mercantilización que, por una parte, les permite visibilizar su discurso y prácticas de pertenencia sobre la urbe (con los cuales buscan una mayor apropiación de esta por parte de sus habitantes), al tiempo que les posibilita la apertura de mercados y la obtención de ganancias económicas, así como su consolidación dentro de las élites intelectuales y creativas a través de la comercialización de sus creaciones.

De esta forma, los emprendimientos culturales con los cuales trabajamos generan espacios de encuentros (con los intereses de las élites económicas y culturales de la urbe) y de desencuentro, al reproducir la fragmentación urbana y fortalecer los conflictos de clase preexistentes en la ciudad, como ya hemos anotado. Entre tanto, los sectores populares son abordados fundamentalmente de forma utilitaria, en busca de materia prima que posibilite la 're-construcción' de una ciudad soñada desde las élites y su comercialización.

Se proponen espejismos de ciudad incluyente que se evidencian en las odas a la gentrificación que podemos vislumbrar a través de algunos de los emprendimientos culturales. Sin embargo, el espacio urbano barranquillero seguirá fuertemente estratificado y con la toma de decisiones concentrada en grupos de poder, ya sea políticos, artísticos y/o intelectuales. Alimentando la ilusión de participación de las capas populares al remitirse desde las propuestas a la tradición y la cultura popular, pero haciendo al mismo tiempo más visible la segregación, ya que generan, más que espacios integradores, escenarios de élite.

En el camino de los discursos de fortalecimiento de las identidades gran parte de la población sigue siendo segregada, mientras sus prácticas culturales son espectacularizadas y mercantilizadas. Se convierte en la celebración de lo 'auténtico' por parte de las clases medias, en espacios modernos, 'cool', comerciales. Estas asumen incluso cierta autoridad moral por la 'conciencia de pueblo' que han tenido al 'rescatar' lo tradicional. La exclusión está articulada al capital cultural. Somos parte de las élites intelectuales latinoamericanas que nos volcamos e instrumentalizamos lo tradicional y popular catalizado por la ciudad, para legitimarnos como intelectuales, pensadores y transformadores sociales, desde espacios de poder en la comercialización de bienes culturales. Las élites intelectuales y artísticas están reproduciendo el statu quo y trabajando por los mismos espacios neoliberales producidos y propuestos desde las élites económicas y políticas.

---

Las tensiones constantes entre lo que se busca conseguir desde los discursos identitarios y prácticas de pertenencia -reflejadas en los productos culturales de los emprendimientos creativos-, y las realidades, discursos y dinámicas hegemónicas sociales y económicas que se reproducen en el proceso, le han brindado un espacio de análisis a la presente investigación. Es en esos espacios intersticiales en los cuales los emprendimientos culturales se desenvuelven, generando lógicas reticulares entre la cultura popular amarrada a lo tradicional y las propuestas más comerciales que se articulan con el mainstream del mercado cultural globalizado, conformando así un espacio de tensión y construcción constante de significaciones. Por un lado, intentan insertarse en espacios de consumo cultural masivo y, por otro, le apuestan a 'lo auténtico', lo cual se enfoca

en un consumidor de productos culturales de las clases medias con cierto poder adquisitivo; por un lado, buscan fortalecer la construcción de una urbe incluyente y la valoración del trabajo creativo y, por otro, reproducen el statu quo socioeconómico y los poderes hegemónicos que alimentan la fragmentación y segregación de la ciudad neoliberal. De esta forma, desde estos intersticios y contradicciones, nos encontramos soñando a Barranquilla como ciudad caribe.

## REFERENCIAS

- Abélès, M., & Badaró, M. (2015). *Los encantos del poder. Desafíos De La Antropología Política*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Abello Vives, A. (2009). *Fals borda y la regionalización. Comentarios a la ponencia de Gerardo Ardila*. Cartagena de Indias: Aguaita. *Revista del Observatorio del Caribe Colombiano* (19-20). 129-132.
- Abello Vives, A. (2015). *La isla encallada: El caribe colombiano en el archipiélago del caribe*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Aguilera-Díaz, M. M., Reina-Aranza, Y. C., Orozco-Gallo, A. J., Yabrudy-Vega, J., & Barcos-Robles, R. (2013). *Composición de la economía de la región caribe de Colombia*. *Ensayos Sobre Economía Regional* (53). Bogotá: Banco de La República de Colombia.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades Imaginadas, Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Angulo Valdés, C. (1981). *Visión sinóptica de la prehistoria regional*. *Revista Huellas* (2). Barranquilla: Universidad del Norte.
- Bacca, R. I. (2003). *Voces, 1917-1920: Edición íntegra*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Bacca, R. I. (2005). *Ramón Vinyes en Barranquilla (1914-1925)*. *Memorias. Revista Digital De Historia Y Arqueología Desde El Caribe*, (3). Barranquilla: Universidad del Norte.
- Bacca, R. I. (2007). *Crónicas casi históricas*. Barranquilla: Universidad del Norte.

- Bacca, R. I. (2013). *Escribir en barranquilla*. Barranquilla: a Universidad del Norte.
- Barth, F. (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bell Lemus, G. (2006). *¿Costa Atlántica? No: Costa Caribe*. Abello Vives, A. (Comp.), *El Caribe En La Nación Colombiano*. Memorias De La X Cátedra Anual De Historia "Ernesto Restrepo Tirado". Bogotá: Coed. Museo Nacional De Colombia/Observatorio Del Caribe Colombiano.
- Benítez Rojo, A. (1998). *La isla que se repite*. Editorial Casiopea.
- Berger, P., & Luckmann, T. (1996). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Estudios Públicos, (63). Chile: Centro de Estudios Públicos.
- Banco Mundial (2019). *Índice de Gini Colombia*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI?locations=CO>
- Blanco, J. A. (1987). *El norte de Tierradentro y los orígenes de Barranquilla: Estudios y documentos para una geografía histórica del departamento del Atlántico*. Bogotá: Banco de la República.
- Bourdieu, P. (2003). *Creencias artísticas y bienes simbólicos*. Argentina: Editorial Aurelia Rivera.
- Brenner, N. (1999). *Globalisation as reterritorialisation: The re-scaling of urban governance in the european union*. Urban Studies, 36(3), 431-451.
- Camacho, R. P. (2007). *La antropología colombiana desde una perspectiva latinoamericana*. Revista Colombiana De Antropología, 43, 367-385.

- Camargo González, M. (2006). *Etnia, movimiento social y discriminación. las dinámicas de reivindicación afro en Colombia*. Universidad del Norte: Memorias. Revista Digital De Historia Y Arqueología Desde El Caribe, 3(5), 0.
- Camargo González, M. (2010). *Construcción de sujetos y discriminación racial en el marco de dos organizaciones de comunidades negras*. Universidad Autónoma de Bucaramanga: Reflexión Política, 12(23), 14.
- Camargo González, M. (2011). *Las comunidades afro frente al racismo en Colombia*. Universidad Autónoma del Caribe: Encuentros, 9(2), 51-60.
- Canclini, N. G. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas de la interculturalidad*. Gedisa Barcelona.
- Castells, M. (2004). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Siglo XXI editores.
- Cohen, J. L., & Arato, A. (2001). *Sociedad civil y teoría política*. México: Fondo de cultura económica.
- Congreso de Colombia (junio 28 de 2011). *Ley 1454 de 2011, Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial*. Colombia. 19 p.
- Congreso de Colombia (agosto 7 de 1997). *Ley 397 de 1997, Ley general de cultura*. Colombia. 21 p.
- Congreso de Colombia (mayo 23 de 2017). *Ley 1834 de 2017, Ley Naranja*. Colombia. 9 p.

Colectro (2012). *Alza los pies*. YouTube oficial  
<https://www.YouTube.com/watch?v=YlhWZx4FmC4>

Colectro (2017). *Bacán Elegante*. YouTube Miche TV  
<https://www.YouTube.com/watch?v=tAHkqg4BLM8>

Colectro (2013). *Magende*. YouTube oficial  
<https://www.YouTube.com/watch?v=PI9932F-xrs>

Cucó I Giner, J. (2004). *Antropología urbana*. Barcelona: Ariel.

Cunin, E. (2003). *Identidades a flor de piel*. Bogotá: IFEA-ICANH-Uniandes-Observatorio del Caribe Colombiano.

Dacosta, A. F. (2019). La memoria y el colibrí zurdo: Notas para una aproximación interdisciplinar entre antropología e historia. En: *Antropología e Historia: intersecciones teóricas*. Madrid: Ediciones Polifemo, 9-26.

De Certeau, M., Giard, L., & Mayol, P. (1999). *La invención de lo cotidiano II. Habitar, Cocinar*. México: Universidad Iberoamericana.

Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente Barranquilla [DAMAB], (2012). *Video Caños del centro de Barranquilla*: Naranjo D.C. Productions. YouTube. <https://www.YouTube.com/watch?v=DAQepumUnAE>

Empresa de Desarrollo Urbano de Barranquilla [EDUBARE S.A.] (2012). Estudio socioeconómico y determinación de la capacidad del sector residencial del distrito de barranquilla para la contribución de valorización por beneficio general.

[http://roble.barranquilla.gov.co:8888/images/Valorizacion2/Normatividad/7\\_Estudio\\_Socioeconomico.pdf](http://roble.barranquilla.gov.co:8888/images/Valorizacion2/Normatividad/7_Estudio_Socioeconomico.pdf)

Eric, H., & Ranger, T. (2002). *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica.

Fals Borda, O. (1996). *Región e historia. Elementos Sobre Ordenamiento Y Equilibrio Regional En Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Fernández, E. L. (2010). *La posición del antropólogo en la revalorización del patrimonio. El dilema de la "participación observante" en la batalla naval de Vallecas*. *Dilemas Éticos En Antropología: Las Entretelas Del Trabajo De Campo Etnográfico*. Editorial Trotta. 145-170

Ferré, A. M. (2017). *Subjetividades y agencias que emergen en la periferia urbana: Reflexiones sobre un barrio de valencia*. *Antropología Experimental*, (17): Universidad de Jaén.

Fiorillo, H. (2002). *La cueva: Crónica del grupo de barranquilla*. Barranquilla: Editorial Heriberto Fiorillo.

Frigolé, J. (2014). *Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado*. *ÉNDOXA: Series Filosóficas*, (33). 37-60. Madrid: UNED.

Fundación para el desarrollo del Caribe [Fundesarrollo] (s.f.). **Fundesarrollo**, la Fundación para el Desarrollo del Caribe, nació en Barranquilla en 1996 por iniciativa de empresas privadas con la...  
<http://www.fundesarrollo.org.co/acerca-de-nosotros/>

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

- Gaztambide-Geigel, A. (1996). *La invención del caribe en el siglo XX. las definiciones del caribe como problema histórico y metodológico*. Revista Mexicana Del Caribe, 1(1), 75-96.
- Gaztambide-Geigel, A. (2006). *La invención del Caribe a partir de 1898 (las definiciones del caribe, revisitadas)*. Jangwa Pana Universidad del Magdalena, 5(1), 1-23.
- Geertz, C. (1998). *El antropólogo como autor*. México: Ediciones Paidós.
- Geertz, C. (2000). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gómez Pellón, E. (2019). La memoria histórica como política de la historia. En: *Antropología e Historia: intersecciones teóricas*. Madrid: Ediciones Polifemo, 199-222.
- Guber, R. (2019). *La etnografía: Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI editores.
- Hale, C. R. (2014). Entre lo decolonial y la formación racial: Luchas afro-indígenas por el territorio y por (¿ o en contra de?) un nuevo lenguaje contencioso. *Cuadernos De Antropología Social*, (40), 9-37.
- Hall, S. (2003). *¿Quién necesita " identidad"?*. Cuestiones De Identidad Cultural, 13-39. Amorrortu editores.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Harvey, D. (2005). *Spaces of neoliberalization: Towards a theory of uneven geographical development* (Vol.8). Franz Steiner Verlag.

- Hernández i Martí, G., & Torres Pérez, F. (2015). *La hegemonía cultural del glogugar: Entre la relegación y la reivindicación local. El caso de Valencia*. Política Y Sociedad, Universidad Complutense 2015, Vol.52, Num.1, P.53-73,
- Janoschka, M. (2011). *Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana*. Investigaciones Geográficas, Universidad de Alicante (76), 118-132.
- Lefebvre, H., Lorea, I. M., & Gutiérrez, E. M. M. (2013). *La producción del espacio*. Barcelona: Capitán Swing Madrid.
- Lindo, M. (2015). *Los procesos de formación en danza. Una mirada a los procesos de enseñanza en la danza*. Barranquilla: Cátedra Editorial.
- López, C. A. *Diseño con identidad latinoamericana: Somos latinos. La identidad es cultura en movimiento*. Actas De Diseño, Universidad de Palermo N°11, 6, 110-119.
- López-Peña, E. L. (2015). *El principio de buen gobierno y regionalización en Colombia*. Principia Iuris, Universidad Santo Tomás 12(23), 170-184.
- Martin-Barbero, J. (2015). Estéticas de comunicación y políticas de la memoria. *Calle14: Revista De Investigación En El Campo Del Arte*, 10(17), 14-30.
- Martínez, W. (18 de mayo de 2017). *El espaldarazo de la UNESCO a la industria cultural colombiana*. Colombia: El Espectador

<https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/el-espaldarazo-de-la-unesco-a-la-industria-cultural-colombiana-article-694383/>

Matta, R. (2012). *El patrimonio culinario peruano ante UNESCO: Algunas reflexiones de gastro-política*. desiguALdades.net Working Paper Series No. 28, Berlin: desiguALdades.net Research Network on Interdependent Inequalities in Latin America.

Matta, R. (2015). *Alimentos, Cocinas e Intercambios Culinarios. Confrontaciones Culturales, Identidades, Resignificaciones*. Guadalajara: Universidad De Guadalajara, 205-220.

Ministerio de Cultura de Colombia. *Nuestra entidad*.  
[https://mincultura.gov.co/ministerio/quienes-somos/Paginas/2013-02-11\\_1149.aspx](https://mincultura.gov.co/ministerio/quienes-somos/Paginas/2013-02-11_1149.aspx)

Ministerio de Cultura de Colombia. (2010). *Política para el emprendimiento e las industrias culturales*. Compendio De Políticas Culturales, 553-581.

Ministerio de Cultura de Colombia (Mincultura) (s.f.). *Dirección de Arte*  
<https://mincultura.gov.co/areas/artes/quienes-somos/Paginas/default.aspx>

Minski, S; Stevenson, A. (2009a). *Barranquilla, historia, crónicas y datos esenciales*. Barranquilla: La iguana ciega.

Minski, S; Stevenson, A. (2009b). *Itinerario histórico de Barranquilla*. Barranquilla: La iguana ciega.

Mitchell, J. C. (1969). *Social Networks in Urban Situation. Analyses of personal relationships in central african towns*. Manchester University Press.

Moncó Rebollo, M. (2019). Fuentes históricas e interpretación antropológica. En: Antropología e Historia: intersecciones teóricas. Madrid: Ediciones Polifemo, 51-66.

Mosquera, J. (2018). *Los resguardos indígenas: hambre y extrema pobreza en Colombia*. Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe [FILAC]. <https://www.filac.org/wp/comunicacion/actualidad-indigena/los-resguardos-indigenas-hambre-y-extrema-pobreza-en-colombia/#:~:text=Los%20resguardos%20ind%C3%ADgenas%3A%20hambre%20y%20extrema%20pobreza%20en%20Colombia,-por%20comunicaci%C3%B3n%20FILAC&text=Las%20estad%C3%ADsticas%20muestran%20que%20el,l%C3%ADnea%20de%20la%20miseria%20extrema.>

Múnera, A. (2005a). *Fronteras imaginadas*. Colombia: Editorial Planeta.

Okely, J., & Callaway, H. (1992). *Anthropology and autobiography*. Routledge.

Ortiz, J. (2008). Reseña de "*Un Caribe sin plantación. Memorias de la cátedra del Caribe colombiano*" de Alberto Abello Vives (comp.). *Historia Crítica*, Universidad de los Andes (35), 215-218.

Ortiz, R. (1996). *Otro territorio. Ensayo sobre el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Universidad De Quilmes.

Pfeilstetter, R. (2011). *The entrepreneur. A critical reflection on the current uses and meanings of a concept*. *Gazeta De Antropología*, 27(1), 1-11.

- Pfeilstetter, R. (2014). *Emprendimiento social e iniciativas socioeconómicas emergentes: Fronteras y diálogos entre economía, cultura y sociedad. Artículo presentado en Periferias, Fronteras Y Diálogos. XIII Congreso De Antropología De La FAAEE (2014), P 2509-2518.*
- Pires Do Rio Caldeira, T. (2007). *Ciudad de muros*. [trad. C. Solans]. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Restrepo, E. (2016). *La antropología en Colombia en el nuevo milenio*. Antropologías en Colombia: tendencias y debates. Popayán, Universidad del Cauca, 63-84.
- Restrepo, E. (2014). *Antropología hecha en Colombia*. Antropologías Del Sur, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, 1(1), 83-104.
- Roux, G. (2011). *Los afrocolombianos frente a los objetivos de desarrollo del milenio*. Bogotá: Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo. PNUD.
- Salcedo, A. A., & Minski, S. A. (2008). *Barrio abajo. el barrio de donde somos todos*. Barranquilla: La iguana ciega.
- Santamarina, B., & Moncusí, A. (2015). *El mercado de la autenticidad. Las nuevas ficciones patrimoniales*. Revista De Occidente, FOM 410(411), 93-112.
- Sassen, S. (1999). *Ciudad global*. Buenos Aires: La Eudeba.
- Sassen, S. (2005). *The global city: Introducing a concept*. Brown Journal of World Affairs, 11(2), 27-43.

Secretaría de Cultura, Patrimonio y Turismo de Barranquilla (2008). Sobre nosotros. Somos el órgano rector, administrador y ejecutor de las políticas públicas culturales, de patrimonio y de turismo en el Distrito. LinkedIn.

Sequera, J., & Janoschka, M. (2012). *Ciudadanía y espacio público en la era de la globalización neoliberal*. Arbor, CSIC 188(755), 515-527.

Sewell, W. H. (2006). *Una teoría de estructura: Dualidad, agencia y transformación*. Arxius De Sociología, Universidad de Valencia (14), 145-176.

Signorelli, A. (1999). *La antropología urbana: Recorridos teóricos*. Antropología Urbana, 67-88. Anthropos Editorial, México: UAM,

Smith, N. (2005). *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city* routledge. Routledge.

Smith, R. G. (2003). *World city actor-networks*. Progress in Human Geography, 27(1), 25-44.

Sociedad Hermanos de la Caridad (junio, 2 de 2011). *Reflexiones masónicas*. Facebook. <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.167037186692079.47862.163448897050908&type=3>

Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Expanding the geographical imagination*. Blackwell.

Soja, E. W. (2008). *Postmetrópolis: Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de sueños.

Solano Suárez, Y. (2006). *Regionalización y movimiento de mujeres: Procesos en el caribe colombiano*. Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Systema Solar (2010). *Bienvenidos*. YouTube SXS  
<https://www.YouTube.com/watch?v=CjoOBLrSfdw>

Systema Solar (2012). *El botón del pantalón*. YouTube oficial  
<https://www.YouTube.com/watch?v=rLJSMn5Mc2U>

Systema Solar (s.f.). *El Colectivo* <http://systemasolar.com/>

Systema Solar (2017). *Mi Caribe*. YouTube oficial  
<https://www.YouTube.com/watch?v=qGLUOhXaKus> )

Systema Solar (2016). *Rumbera*. YouTube oficial  
<https://www.YouTube.com/watch?v=UzCENuyKX4E>

Touraine, A. (2006). *Los movimientos sociales*. *Revista Colombiana De Sociología*, (27), 255-278.

Valle, M. M. (2019). *Burlesquing blackness: Racial significations in carnivals and the carnivalesque on colombia's caribbean coast*. *Public Culture*, Duke University Press 31(1), 5-20.

Verano de la Rosa, V. (2016). *El voto Caribe ¡hoy!*.  
<https://www.larepublica.co/analisis/eduardo-verano-de-la-rosa-500119/el-voto-caribe-hoy-2357276>

Vargas Arana, P. (2011). *Pequeños equipajes, grandes ilusiones. La Migración Árabe a Colombia*. Buenos Aires: Taurus.

- Viáfara López, C. A. (2017). *Movilidad social intergeneracional de acuerdo al color de la piel en Colombia*. Sociedad Y Economía, Universidad del Valle (33), 263-287.
- Viáfara, C. A. (2017). *Diferenciales de ingreso por el color de la piel y desigualdad de oportunidades en Colombia*. Revista De Economía Del Rosario, 20(1), 97-126.
- Villalón, J. (2000). *Asentamientos prehispánicos y coloniales en el área metropolitana de la ciudad de Barranquilla*. Macchi, G. Historia De Barranquilla 116-134. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Villalón, J. (2000). *Carlos Angulo Valdés y su contribución a la arqueología del Caribe*. Huellas. Revista De La Universidad Del Norte, (60-61), 9-12.
- Villalón, J. (2008). *Colonias extranjeras en Barranquilla*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Viloria-de-la-Hoz, J. (1999). *Tabaco del Carmen: Producción y exportación de tabaco de los Montes de María, 1848-1893*. Cartagena de Indias: Cuadernos De Historia Económica Y Empresarial (3).
- Wade, P. (1997). *Gente negra, nación mestiza*. Colombia: Siglo del Hombre Editores.
- Wade, P., & Gonzalez, A. (2002). *Música, raza y nación: Música tropical en Colombia*. Bogotá: Vicepresidencia de la República, Departamento Nacional de Planeación.

Williams, R. (1965). *The Long Revolution (1961)*. Reprinted Harmondsworth: Penguin.

Yúdice, G. (2002). El recurso de la cultura. *Usos De La Cultura En La Era Global*. Barcelona: Gedisa.

Zambrano, M. (1998). *El desarrollo del empresariado en Barranquilla 1880-1945*. Barraquilla: Universidad Del Atlántico.

## Listado de imágenes

### Capítulo 2

<b>Imagen 1.</b> Aproximación al Gran Caribe y al Caribe Cultural.....	72
<b>Imagen 2.</b> Regiones de Colombia.....	76
<b>Imagen 3.</b> Papeleta oficial del Voto Caribe.....	86
<b>Imagen 4.</b> Ubicación de Barranquilla.....	103
<b>Imagen 5.</b> Mapa de Barranquilla.....	104
<b>Imagen 6.</b> Norte del Departamento del Atlántico.....	111
<b>Fotograma 7.</b> Ubicación de los caños que desembocan en el río Magdalena..	114
<b>Imagen 8.</b> Calle Ancha 1880.....	115
<b>Imagen 9.</b> Camellón Abello 1903.....	115
<b>Imagen 10.</b> Camellón Abello mediados de los años 20.....	116
<b>Imagen 11.</b> Paseo Colón años 30.....	116
<b>Imagen 12.</b> Barrio El Prado años 20.....	118
<b>Imagen 13.</b> Barrio Abajo 1937.....	120

### Capítulo 3

<b>Imagen 14.</b> Localidades de Barranquilla.....	128
<b>Imagen 15.</b> Personas paseando en el malecón a orillas del río Magdalena.....	131
<b>Imagen 16.</b> Canchas de juego en uno de los tramos más nuevos del malecón.	132

<b>Imagen 17.</b> Parte de los integrantes del Grupo de Barranquilla.....	149
<b>Imagen 18.</b> Colectivo El Sindicato con su obra Alacena con zapatos.....	150
<b>Imagen 19.</b> Centro de Eventos del Caribe Puerta de Oro.....	158
<b>Imagen 20.</b> Marimondas.....	160
<b>Imagen 21.</b> Batalla de Flores.....	160
<b>Imagen 22.</b> KZ Son Palenque.....	163
<b>Imagen 23.</b> Arroz de lisa.....	167
<b>Imagen 24.</b> Vendedor itinerante de arroz de lisa.....	167
<b>Imagen 25.</b> Logo Todomono.....	173
<b>Fotograma 26.</b> Primera sede Todomono.....	174
<b>Imagen 27.</b> Segunda sede Todomono.....	174
<b>Fotograma 28.</b> La Poderosa .....	176
<b>Imagen 29.</b> Cartel promocional de Sabor Barranquilla 2018.....	177
<b>Imagen 30.</b> Carteles publicitarios del festival No conocí el Palma 2016, 2020...178	
<b>Imagen 31.</b> Edificio Palma 1940.....	179
<b>Imagen 32.</b> Logo de Bololó Lab.....	180
<b>Imagen 33.</b> Cartel publicitario oficial del Carnaval de Barranquilla 2013.....	181
<b>Imagen 34.</b> Colección Carreta Carnavalera.....	182
<b>Imagen 35.</b> Logo Systema Solar.....	183

<b>Imagen 36.</b> Vestuario Systema Solar.....	186
<b>Imagen 37.</b> Portada producción “Rumbo a Tierra” de Systema.....	187
<b>Imagen 38.</b> Imagen del sencillo “Como tú no hay Nadie” de Colectro .....	190
<b>Imagen 39.</b> Colectro en vivo.....	191
<b>Imagen 40.</b> Los hermanos Ailan y Leang Manjarrez Wong.....	193
<b>Imagen 41.</b> Grupo Bozá.....	194
<b>Imagen 42.</b> Logo Stereocuco.....	196
<b>Imagen 43.</b> Alex Quessep en la feria gastronómica Sabor Barranquilla 2014...200	
Capítulo 4	
<b>Imagen 44.</b> Raspao.....	232
<b>Fotograma 45.</b> Concierto Stereocuco 2014.....	232
<b>Fotograma 46.</b> Video El botón del pantalón.....	237
<b>Fotogramas 47-49.</b> Video oficial Bienvenidos, 1-3.....	239-240
<b>Fotogramas 50-51.</b> Video oficial Rumbera, 1-2.....	242
<b>Fotogramas 52-53.</b> Video oficial Son de Negro, 1-2.....	245-246
<b>Fotogramas 54-55.</b> Video oficial Mi Caribe, 1-2.....	250
<b>Imagen 56.</b> Vista general interior del primer local de Todomonos.....	254
<b>Fotogramas 57-59.</b> Video promocional de la colección El patio de mi casa, 1-3 .....	254-255

<b>Imagen 60.</b> Galletas dulces Festival.....	262
<b>Imagen 61.</b> El Nuevo Pijuán.....	263
<b>Imagen 62.</b> Picó El Coreano.....	263
<b>Imagen 63.</b> Paquito Efectivo.....	265
<b>Imagen 64.</b> Lanzamiento colección Paquito Efectivo.....	266
<b>Imágenes 65-66.</b> La Cocina del Museo ,1-2.....	281
<b>Imágenes 67-70.</b> Restaurante Cucayo, 1-4.....	<a href="#">283-286</a>
<b>Imágenes 71-75.</b> Restaurante Palenque, 1-5.....	287-291
<b>Imágenes 76-77.</b> La Popular,1-2.....	294-295
<b>Imagen 78.</b> Placa a la entrada de la Tienda Mono.....	300
<b>Imagen 79.</b> Francofête.....	306
<b>Imagen 80.</b> Carnavalada.....	308
<b>Imagen 81.</b> Berbetronika 2015.....	309
<b>Imágenes 82-83.</b> Berbetrónica 2016, 1-2.....	312
<b>Imagen 84.</b> Cartel publicitario Fiebre Tropical 2015.....	315
<b>Imagen 85.</b> Buséfalo.....	316
<b>Imagen 86.</b> Ruta Los Masters del Vacile 2014.....	319
<b>Imagen 87.</b> Cartel publicitario Ruta Alma en Pena 2013.....	320
<b>Imagen 88.</b> Camiseta representativa de la ruta de Alma en Pena 2013.....	321

<b>Imagen 89.</b> Centro de Barranquilla.....	323
<b>Imágenes 90-91.</b> Ruta Pal mercado 2014, 1-2.....	325 y 327
<b>Imagen 92.</b> Carteles publicitarios Ruta pal Mercado, 2019 y 2014.....	327
<b>Imagen 93.</b> Cartel publicitario oficial Sabor Barranquilla 2017.....	333
<b>Imágenes 94-96.</b> Mercado Cultural del Caribe MCC 2015 y 2019, 1-3.....	348-349

## ANEXO

### **Perfil personas entrevistadas (entrevistas semiestructuradas a profundidad)**

**Alex Quessep (13 de noviembre 2015, Barranquilla):** chef de Sincelejo (ciudad a tres horas de Barranquilla), residente en Barranquilla desde hace más de 20 años, descendiente de inmigrantes libaneses. En su cocina tiene en cuenta las múltiples cocinas que alimentan la herencia gastronómica del Caribe colombiano. Igualmente ha venido realizando trabajos de investigación e intervención dirigidos a la puesta en valor de las tradiciones culinarias en la región.

**Angélica Jaramillo (12 de enero 2016, Barranquilla):** Coordinadora del evento La Berbetronik, organizado por la empresa de su familia: Miche Producciones. Dicho evento aglutina bandas de la región y de fuera, dándole espacio, entre otras, a las denominadas nuevas sonoridades. Coordina igualmente el evento “La casona de las pulgas” (feria de anticuarios y diseño), realizado por la Fundación Cultural Michelangelo, la cual también ofrece su sede para exposiciones de artistas de la ciudad.

**Aníbal Tobón (5 de diciembre 2015, Barranquilla):** Teatrero y periodista, barranquillero. Vivió y trabajó en el exterior como periodista durante un par de décadas. Miembro de “El Sindicato”, colectivo artístico conformado en los años 70 y representativo en la ciudad, entre otras cosas, por haber ganado premios en el salón nacional de artistas. Durante sus últimos años de vida adelantó proyectos artísticos buscando generar apropiación con la ciudad, principalmente apoyado por la Universidad del Norte (Barranquilla). Murió en 2016, unos meses después de haber colaborado con el presente trabajo.

**Arrokoncoco (9 de enero 2016, Barranquilla):** Grupo musical de estudiantes de los primeros semestres de Bellas Artes. Su propuesta musical se centró en la puesta en valor de los ritmos de la región, innovando en su ejecución, enmarcándose en lo que se ha denominado nuevas sonoridades del Caribe colombiano. Se concentraron en que en los primeros semestres algunos cursos

hacen énfasis, principalmente, en la música tradicional de la región. Actualmente parecen estar inactivos.

**Bololó Lab (4 de diciembre 2015, Barranquilla):** Grupo de diseñadores, centrados en lo que ellos denominan ‘Diseño Caribe de productos’. Su trabajo se inspira en la cultura popular y tradiciones de la región. Con miras a la revaloración y visibilización de lo regional, han trabajado en proyectos conjuntos con el Museo del Caribe.

**Alain y Leang Manjarrez Wong (28 de noviembre 2015, Cartagena de Indias):** Fundadores del grupo de gaitas *Bozá*, provenientes de Ciénaga, población a una hora de Barranquilla, y radicados en la ciudad. Interpretan la gaita tradicional de la región de una forma novedosa y fusionándola con nuevos instrumentos y ritmos; este estilo lo han denominado *La Nueva Gaita*. Podría considerarse parte de lo que han llamado ‘Nuevas Sonoridades del Caribe’.

**Camilo Wailer (7 de enero 2016, Barranquilla):** Artista plástico, oriundo de San Andrés Islas y egresado de Bellas Artes. Fundador de la marca *Raspao de Tamarindo*. A pequeña escala, se ha venido dedicando a la gestión cultural y al apoyo de iniciativas de artistas emergentes en la ciudad. Por otra parte, ha propuesto diseños relacionados con la cultura popular caribe, que plasma principalmente en camisetas para la venta.

**Carlos ‘Revolver’ García (8 de enero 2016, Barranquilla):** Artista plástico egresado de Bellas Arte y docente de la institución. Es conocido en la ciudad por realizar intervenciones urbanas en los muros de esta, actividad poco común en la Barranquilla (a parte de los grafitis).

**Carlos Bell (11 de diciembre 2015, Barranquilla):** Arquitecto barranquillero, Doctor en Arte y Arquitectura y docente en la Universidad del Atlántico. Hijo de madre colombiana y padre cubano. En su trabajo ha ahondado en el proceso de modernización y el movimiento moderno en arquitectura en Barranquilla.

**Claudia Casais (21 de diciembre 2015, Barranquilla):** Artista plástica, barranquillera, egresada de la Universidad Nacional de Colombia. Ha vivido en

Bogotá y Nueva York. Ha vuelto a Barranquilla hace unos años y gestiona una de las pocas galerías de arte en la misma.

**Darío Moreu (24 de noviembre 2016, Barranquilla):** Teatrero, barranquillero, egresado de la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá, fundador y director de la Fundación Cultural *Ay Macondo*. Coordina La Carnavalada, uno de los espacios alternativos durante los carnavales de la ciudad.

**Eduardo Vides (6 de enero 2016, Barranquilla):** Exdirector y docente del programa de Artes Plásticas de Bellas Arte. Poseedor de un rico y detallado archivo (seguramente el más grande) sobre las actividades artísticas de la ciudad a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. La información se encuentra recolectada, más no sistematizada. Conocedor y parte activa de las actividades culturales en la ciudad durante el siglo XX. No permitió que la entrevista fuera grabada, a pesar de ello tuvimos más de 3 horas de conversación al respecto.

**Einar Escaf (20 de noviembre 2015, Barranquilla):** Músico y productor barranquillero, docente en la Universidad del Atlántico. Descendiente de inmigrantes libaneses que, en principio, se asentaron en otras poblaciones de la costa caribe colombiana.

**Emma Hancock (8 de diciembre 2015, Barranquilla):** australiana, artista plástica, su interés principal es el arte público. Esposa de Fernando García, vive desde hace unos años en la ciudad y junto con su esposo gestionan una de las pocas galerías de la ciudad.

**Fernando García (8 de diciembre 2015, Barranquilla):** Artista plástico, egresado de la Universidad Nacional de Colombia sede Bogotá. Ha vivido en Bogotá y Australia y desde hace unos años vive en Barranquilla y junto a su esposa gestiona una de las pocas galerías de la ciudad.

**Giuliano Cavalli (25 de noviembre 2015, Barranquilla):** Fundador y director de Ficbaq, Festival Internacional de Cine de Barranquilla que lleva más de cinco ediciones. Se formó y vivió más de una década fuera de la ciudad (principalmente en distintas ciudades europeas). Miembro igualmente de la Fundación *Cámara Oscura*, enfocada en llevar y promover el cine en espacios y poblaciones en la

ciudad y la región que normalmente no tienen acceso al mismo. Barranquillero, descendente de inmigrantes italianos.

**Gonzalo Prieto (22 de diciembre 2015, Barranquilla):** Vocalista de Colectro, grupo musical conformado en Bogotá por barranquilleros. Retoman en sus propuestas ritmos tradicionales de la región. Se encuentran en proceso de volver a la ciudad y abrir más espacios en esta para este tipo de propuestas.

**Harold Ospina (6 de diciembre 2015, Barranquilla):** director de *Cine a la Calle*, uno de los festivales de cortometrajes de la ciudad. Dicho festival tiene más de 16 años de haberse iniciado.

**Ilva Chogo (20 de noviembre 2015, Barranquilla):** Comunicadora Social, coordinadora de comunicaciones Parque Cultural del Caribe – Museo del Caribe al momento de colaborar con esta investigación. Encargada de adelantar los procesos relacionados con la integración del Parque Cultural y el Museo con los habitantes de la ciudad y las poblaciones aledañas, así como de la gestión educativa.

**Irene Criollo (8 de diciembre 2015, Puerto Colombia):** Psicóloga, promotora cultural, fundadora y directora de Sonparei, una plataforma para músicos independientes que busca generar redes e intercambio de conocimiento en esta industria. Manager del grupo Bozá. Además, trabaja activamente en el *Mercado Cultural del Caribe* que se realiza anualmente en Cartagena de Indias y en diversos proyectos que buscan la apropiación de la ciudad (en este caso Barranquilla), en colaboración con otras personas e instituciones.

**Jorge Ferreira (24 de noviembre 2015, Barranquilla):** Coordinador cultural de la *Alianza Francesa*, la cual ha abierto y apoyado múltiples espacios culturales en la ciudad en los últimos años, muchos de ellos relacionados con nuevas iniciativas en torno a las artes.

**Katy Vergara (16 de diciembre 2015, Barranquilla):** Fundadora y, hasta el momento, única integrante de Gourmet House, colectivo gastronómico. La idea surgió después de haber vivido unos años en Argentina y haberse formado en diversos cursos gastronómicos. Ofrece servicio de catering, de comida a

domicilio y es una de las organizadoras de una pequeña feria de diseño independiente junto con otros colectivos artísticos conformados por estudiantes de Bellas Arte.

**Leonardo Romero (11 de diciembre 2015, Barranquilla):** Sociólogo, miembro de *Vigías del Patrimonio*, programa del Ministerio de Cultura dirigido a la apropiación del patrimonio cultural a través de la participación ciudadana. Ha trabajado en proyectos conjuntos con otras personas y entidades con los mismos intereses, entre ellos Todomonó.

**Liane Daza (19 de diciembre 2015, Barranquilla):** Coordinadora de *Lienzo Urbano*, un proyecto desarrollado con apoyo de la alcaldía en conjunto con los grafiteros de la ciudad, a través del cual intervienen distintos espacios de Barranquilla con sus creaciones.

**Manuel Sánchez (10 de diciembre 2015, Barranquilla):** Teatrero, uno de los fundadores de la *Fundación Luneta 50*, cuyo trabajo gira en torno al desarrollo y apertura de espacios para las artes escénicas en la ciudad. Director del festival internacional de cuenteros de la región *El Caribe Cuenta*, con su sede en Barranquilla, el cual se ha realizado desde hace más de 20 años.

**Mariano Candela (7 de diciembre 2015, Barranquilla):** Investigador y gestor cultural, ha trabajado principalmente en torno a la música de la región Caribe colombiana, en proyectos apoyados tanto por la empresa privada como por el Estado. Vivió y trabajó durante muchos años en Bogotá y, en estos momentos, se encuentra vinculado al área cultural de *Comfamiliar* (una de las cajas de compensación más importantes del país).

**Marlon Peroza (15 de enero 2016, Barranquilla):** Músico, proveniente de Montelíbano (población de la costa Caribe). Desde hace más de 10 años vive en la ciudad, pues llegó a estudiar música en Bellas Artes. Actualmente es vocalista y compositor de la agrupación Stereocuco, interpretando letras relacionadas principalmente con la cultura popular de la ciudad y la región. Igualmente es intérprete y compositor de gaita 'tradicional' en la agrupación *Pueblo Santo*.

**Martín Vanegas (18 de diciembre 2015, Barranquilla):** Teatrero, egresado de Bellas Arte. Es docente y director de una pequeña sala de teatro ubicada al suroccidente de la ciudad; una de la pocas, sino la única que se encuentra en esa zona.

**Miguel Iriarte (17 de noviembre 2015, Barranquilla):** Gestor Cultural, poeta y director de la Biblioteca Piloto del Caribe coordinada por la Corporación Luis Eduardo Nieto Arteta (entidad mixta). Proveniente de Sincé (población de la costa caribe colombiana), se encuentra radicado desde hace ya varias décadas en la ciudad. Fundador y director del festival internacional de poesía *PoemaRio* y cofundador del festival de jazz *Barranquijazz*. Uno de los gestores culturales más activos de la ciudad.

**Mónica Gontovnik (25 de noviembre 2015, Barranquilla):** Filósofa, bailarina, poeta, doctora en Estudios Interdisciplinarios en Artes, docente de la Universidad del Norte. Descendiente de inmigrantes polacos askenazis.

**Mónica Lindo (23 de diciembre 2015, Barranquilla):** Directora de una de las escuelas de danza de la ciudad, su trabajo se ha centrado en las danzas de la región caribe colombiana. Igualmente, es docente en Bellas Artes y junto con sus estudiantes ha venido desarrollando un trabajo de sistematización sobre el desarrollo de la danza en la ciudad y la región.

**Nivaldo Castro (17 de noviembre 2015, Barranquilla):** Teatrero, director de la Fundación Cultural Cofradía teatral, fundador y director del *Encuentro Internacional de Teatro de Barranquilla* ENITBAR, que tiene más de 10 años de existencia.

**Ramón Illán Bacca (18 de noviembre 2015, Barranquilla):** Escritor oriundo de Ciénaga (población a una hora de Barranquilla) y profesor de la Universidad del Norte. Es ya una persona mayor y ha estado al tanto y en contacto activo con la actividad artístico cultural de la ciudad desde mediados del siglo XX, cuando se mudó a Barranquilla. Miembro del *Grupo Caribe*, encargados a finales de los 70 y principios de los 80 del suplemento cultural de uno de los periódicos más importantes de la región. Falleció a inicios del presente año 2021.

**Samuel Minski (10 de diciembre 2015, Barranquilla):** Empresario y mecenas barranquillero, descendiente de inmigrantes askenazis. Director y cofundador del festival de jazz *Barranquijazz*. Dueño de la editorial *La Iguana Ciega*, a través de la cual se han publicado diversos libros enfocados a la recuperación de la memoria de la ciudad y la región.

**Sergio Vega (8 de enero 2016, Barranquilla):** Artista plástico, egresado de la Universidad Nacional. Bogotano de padre barranquillero, ha estado en constante contacto con la ciudad desde pequeño y desde hace más de 10 años reside en ella. Sus trabajos son efímeros y en ellos retoma elementos del entorno, de la ciudad y la región, tanto en los conceptos como en los materiales utilizados.

**Todomono (13 de noviembre 2015, Barranquilla):** Iniciativa de diseño que se centra en la cultura popular y tradiciones de la ciudad y la región. Realizan investigaciones en torno a ellas para el posterior desarrollo de sus diseños. Está conformado por Johny Insignares y Fernando Vengoechea, diseñadores y comunicadores barranquilleros.

**Virginia Vergel (6 de diciembre 2015, Barranquilla):** Bailarina, directora de una de las escuelas de danza de la ciudad. Trabaja principalmente con danza contemporánea y ha llevado a cabo intervenciones artísticas en distintos espacios de la urbe (actividad poco común).

**Vivian Saad (21 de diciembre 2015, Barranquilla):** Fotógrafa, barranquillera descendiente de inmigrantes libaneses, ha llevado a cabo proyectos fotográficos y exposiciones encaminadas a la valoración y apropiación del patrimonio arquitectónico y cultural de Barranquilla.

**Walter Hernández (13 de enero 2016, Barranquilla – Taganga vía Skype):** Vocalista de la agrupación Sistema Solar, conformada hace algunos años en su mayoría por personas de distintas partes de la costa caribe colombiana (él mismo es de Turbaco, población cercana a Cartagena de Indias), aunque cuenta también con integrantes extranjeros. En su música retoman ritmos populares y tradicionales del Caribe fusionándolos con música electrónica.

## RESUMEN

### **CIUDAD CARIBE SOÑADA. Entre la construcción de ciudad y la mercantilización de identidades, en el marco de las industrias culturales en Barranquilla / Colombia**

Realizamos un recorrido por la ciudad de Barranquilla/Colombia, dónde nuestro principal objetivo es analizar los procesos de construcción de ciudad e identidad y las tensiones que en él se presentan, en el marco de la patrimonialización, comercialización y consumo de productos culturales en la ciudad neoliberal. Esto lo llevamos a cabo a través del abordaje de emprendimientos culturales desde el diseño, la música y la gastronomía, los cuales retoman referentes de la tradición y la cultura popular para la elaboración de sus productos.

Mi propuesta metodológica se basa en la reflexión constante y reconocimiento de lo ilusorias y porosas que resultan las dicotomías yo / otro, intereses antropológicos / personales, en el quehacer etnográfico. Es por ello, que tengo en cuenta el posicionamiento del antropólogo al llevar a cabo etnografías en su propio contexto y la relevancia de considerar su autobiografía. Desde esta perspectiva, resalto la importancia de considerar a la etnografía como un proceso que toca la construcción de nuestras identidades en el marco de la interacción con 'los otros'.

En el desarrollo de este trabajo realicé observación participante, así como 39 entrevistas semiestructuradas a profundidad a gestores culturales, representantes de distintas artes en la ciudad y personas que han trabajado en torno al patrimonio y la memoria en Barranquilla. Las entrevistas tuvieron dos enfoques: uno hacia la reconstrucción de la memoria sobre el desarrollo de las

distintas artes y movimientos culturales en la ciudad durante el siglo XX; y el otro, dirigido a indagar sobre las iniciativas actuales que buscan el fortalecimiento del sentido de pertenencia local y regional desde la reinterpretación y puesta en valor de lo que consideran tradicional y popular.

Lo primero que resalta entre los resultados es la relevancia de la etnogénesis de Barranquilla como ciudad Caribe, dentro del fenómeno analizado. Cómo a lo largo del último siglo han surgido, desde algunas élites regionales y barranquilleras, iniciativas que buscan la reivindicación y el fortalecimiento del sentido de pertenencia con la costa Caribe colombiana; entre ellas los emprendimientos culturales analizados.

Por otro lado, cómo estas iniciativas culturales responden a los principios de los mercados étnicos globalizados y, en este marco, ponen en valor a la ciudad, pero igualmente reproducen sus realidades de urbe neoliberal, desigual y fragmentada. Desde estas iniciativas se lleva a cabo un diálogo constante con y desde las élites culturales, sociales y económicas, lo que les posibilita consolidar su capital simbólico, mientras se mantiene el statu quo social. En este marco, se evidencia la mercantilización de referentes identitarios articulados a lo considerado tradicional y parte de la cultura popular -a través de su etnización, resignificación patrimonialización y comercialización por parte de los emprendimientos culturales- y las tensiones que esto genera siguiendo lógicas identitarias en el marco de las dinámicas hegemónicas del mercado cultural globalizado.

Nos encontramos con un fenómeno cercano a la construcción de naciones y nacionalismos, el cual genera sentido de pertenencia desde procesos identitarios

legitimadores de los órdenes hegemónicos preestablecidos. A pesar de la puesta en valor de la ciudad, desde estos emprendimientos se propone una identidad urbana elitista basada en relaciones de poder, el cual se ejerce simbólicamente a través de la apropiación y elitización de prácticas de la cultura popular por parte las élites artísticas e intelectuales de la urbe y del fomento de espacios centrados en el consumo cultural. Fortaleciendo de esta forma, la fragmentación y discriminación, más que generando integración real entre los habitantes de la urbe, mientras las clases populares son tenidas en cuenta, fundamentalmente, como fuente de inspiración para la elaboración de productos culturales comercializables en el mercado internacional.

## ABSTRACT

### **DREAMED CARIBBEAN CITY. Between city construction and identity commodification within the cultural industries in Barranquilla / Colombia**

We take a tour of the city of Barranquilla, Colombia, where the main objective is to analyze the processes of city construction and identity construction and the tensions that arise in it, in the framework of the patrimonialization, marketing, and consumption of cultural products in the neoliberal city. We carry this out through the approach of cultural ventures from design, music and gastronomy, which take up references of tradition and popular culture for the elaboration of their products.

My methodological proposal is based on the constant recognition and reflection of how illusory and porous the dichotomies between 'the other' and myself in ethnography. That is why I considered the positioning of the autobiography in anthropology. From this perspective, I considered the ethnography as an identity transformation process within the social interaction.

In the development of this work I made participating observation as the main technique and conducted 39 semi-structured interviews with cultural managers, representatives of different arts in the city and those that have worked to maintain Barranquilla's heritage and historical memory. The interviews had two approaches: one towards the reconstructing the history of the arts and cultural movements in the city during the twentieth century; and the other to investigate the cultural ventures that seek for the strengthening of the local and regional sense of belonging. This is done through the reinterpretation and reassessment of the traditions and popular culture.

The first thing that stands out among the results is the relevance – in this specific topic- of the ethnogenesis of Barranquilla as a Caribbean city. Throughout the last century there has emerged several initiatives that seek for the vindication and strengthening of the sense of belonging with the Colombian Caribbean coast. This happened mainly within the local and regional elites, within which we can count the analyzed cultural ventures.

These cultural initiatives react to the global ethnic markets' dynamics and therefore add value to the city (Barranquilla), but also reproduce the inequality and fragmentation of the neoliberal city. It is from these initiatives that bring forth a constant dialogue from cultural, social, and economic elites, that make possible for them to consolidate their symbolic capital, while the social and economic status quo are maintained. It is in this context, where the commodification of identity references – of the tradition and the popular culture- is demonstrated through their ethnicization, resignification, patrimonialization and marketing, following identity logics predominant in the global cultural market.

Here we see a phenomenon close to the construction of nations and nationalisms, which generates a sense of belonging from identity processes legitimizing of the pre-existing hegemonic powers. Despite the value of the city, these ventures propose an elitist urban identity based on power relations, which is symbolically exercised through the appropriation and elitization of the popular culture and its consumption. In this way the fragmentation and discrimination consolidate and there is no real integration of the city inhabitants. Meanwhile, the popular classes are considered just as inspiration for the elaboration of marketable cultural products.