



REVISTA AD·PÚBLICO

Nota

## UNA REFLEXIÓN SOBRE EL ENTORNO A O LAS DEVOCIONES MODERNAS

PONDERING ABOUT SURROUNDINGS OR THE MODERN DEVOTIONS

Leonardo Otálora Cotrino

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO,  
Facultad de Artes y diseño,  
Bogotá, Colombia

Colombia Poner una realidad en el centro de la atención hace parte de la esencia misma de lo humano. Corresponde quizás a la capacidad que distingue al hombre del animal, la capacidad de darle significado a sus palabras y a sus acciones. El problema es saber qué sentido tiene este principio orientador, a la luz de un contexto no tan limitado y que refleja, a la postre, lo más humano del humano. Sin este principio seguramente no existirían el arte, la ciencia, la filosofía, y mucho menos, la religión; pero tampoco existirían las ideologías macabras ni los fanatismos nefastos. Corresponde por la tanto a la naturaleza del hombre situarse respecto a un entorno en el cual él pueda libremente definir qué debe ser lo más importante, lo paradigmático, pero, en este caso, también lo execrable.

A continuación narraré una de esas paradojas de la experiencia diaria que dejan preguntas tan abismales que aun hoy me maravilla pero también me aterriza. Una vez, en el año 1990, visitando la versión número 33 del Salón Nacional de Artistas en Bogotá, que se instaló en Corferias, pude corroborar la presencia del principio orientador en toda su dimensión y tal vez, en toda su crudeza. En medio de centenares de obras distribuidas en cuadros, esculturas, performances e instalaciones, a lo largo de un enorme pabellón de exposiciones, en donde podían reconocerse toda clase de tendencias y de propuestas artísticas, me vi en un momento dado observando en el piso algo que llamó sobre manera mi atención: era una antigua y espaciosa vasija de peltre, puesta justo en el centro de un amplio corredor, la cual, por su posición, lograba una tensión geométrica entre el recorrido de los visitantes y el resto de los paneles en donde descansaban apaciblemente muchos cuadros.

En dicho recipiente caían en forma regular y pausada gotas de agua, creando la sensación de una temporalidad suspendida en pequeños instantes catárticos. Cuando advertí la presencia de dicha obra, la cual, de un primer golpe de ojo y gracias a lo que yo consideraba una afinada intuición estética, me pareció extraordinaria, me detuve junto con la artista Claudia García a observarla con detenimiento. Hubo un momento en que nos apresó el goce por aquella instalación tan original. Para mí, era la manifestación de una temporalidad poco reconocida; el golpe sistemático y acompasado de las gotas de agua, y la expectación que generaba los intervalos de silencio, reflejaba el paso de la inexorabilidad de un tiempo que es a la vez promesa y verdugo. Había un equilibrio entre el movimiento y la pausa dado por un entorno posibilitador en medio de ese enorme hangar de exposiciones. Fueron así pasando los minutos, y así un carrusel inusitado de sensaciones se vino a granel. En un momento dado advertimos que ya no nos encontrábamos solos observando la bizarra, sugestiva pero atrayente propuesta artística; notamos que había otras cuatro personas, y no tardaron en sumarse otras tantas, que justo en ese momento pasaban por ellugar y que advirtieron nuestro interés. Cuando nos dimos cuenta, éramos muchos los convocados en torno al balde de peltre, receptor de la sincronizada gota de agua. Respecto a lo que sucedía en ese instante, es de notar que los espectadores adoptaban una actitud muy particular frente al acontecimiento: algunos lo rodeaban con pasos lentos y expectantes, otros simplemente, con la mano en el mentón, hacían seguramente un ejercicio sagaz de interpretación iconológica, otros más, a juzgar por sus miradas, se esforzaban por encontrarle algún sentido al extraño recipiente; seguramente, y eso no es tan descabellado pensarlo, no faltaron quienes lo asociaron tal vez con su infancia o con una suspendida e indefinible lujuria reprimida por el inconsciente.

Finalmente nos vimos todos involucrados en lo que pudiera llamarse un goce estético. Cuando estábamos en el momento de mayor tensión contemplativa, cuando se sentía en el ambiente una tracción ligada a la duda o a la fascinación, de repente apareció un hombre de overol azul, algo angustiado y confundido. Mirando hacia el techo del pabellón, cogió el platón y nos dijo que, de haberse demorado un poco más en vaciar el agua, se hubiera comenzado a regar por el piso, que el agua-cero era torrencial y que no entendía por qué el tapa-gotera que había aplicado hace una semana no había servido para nada, además, que era el sexto viaje que hacía en esa tarde lluviosa para desocupar el balde en el baño. El estar orientado hacia algo o hacia alguien, tal como lo vivenciamos en el Salón de artistas, hunde sus raíces en lo más profundo de la vivencia de lo religioso. Es quizás la experiencia más arcaica que el ser humano haya experimentado desde sus orígenes; alude a un todo, a un universo integrado e interdependiente, en donde el ser humano solo hace parte de una particularidad que se suma a otras tantas, que en su conjunto consolidan un cosmos. La existencia humana no se circunscribe solamente al desarrollo de unas dinámicas de tipo instintivo, a acciones primarias de supervivencia, sino que atañe a realidades más complejas y que definen lo que podría entenderse como la razón de ser de la vida en su grado más elevado, aquello que se da como una vislumbre o como una revelación.

No sabemos, y sobre todo a la luz de los acontecimientos que se resumen en los tres últimos siglos, si viviremos algún día mejor que los animales, esfuerzo que cada día se hace más lejano en medio de las barbaridades que la misma razón ha alimentado en su omnipotencia cegadora, pero lo único cierto respecto a esto es que somos la única especie en condiciones de transformar nuestro mundo circundante para hacerlo más familiar, para embellecerlo, pero también para enajenarnos de él, inclusive para destruirlo.

Este estar orientados, este 'tender hacia', 'estar en relación con', tal como lo plantea Erich Fromm, no es otra cosa que experimentar una forma de religiosidad que se traduce contundentemente también al terreno amplio de la cultura en términos del tejido social, en las múltiples formas de socialización y de búsqueda existencial. No en vano se puede hablar en pleno siglo XXI de mitos civiles o de modos de asumir las dinámicas grupales como una nueva forma de religiosidad, en donde circulan creencias, rituales, devociones, cultos, cismas, persecuciones, venganzas, actos de fe, comuniones y formas nuevas de estar en el mundo, a partir de una suerte de adhesión epifánica, particularmente dada en todos los escenarios de acción y de reconocimiento social.

Estar orientado alude a una experiencia abarcante, a un universo integrado e interdependiente y, más que el espacio de las piedadades religiosas tradicionales, define, en última instancia, el religare en las dinámicas políticas, tecno-científicas,

económicas y en las más diversas formas de adhesión social como en el campo del conocimiento, el consumo y el esparcimiento. Si se mira en perspectiva, el significado que cobró la vasija de peltre en el Salón Nacional de Artistas, en un contexto en el cual el arte no es sino el telón de fondo, no está referido tanto al fenómeno en sí como a la condición humana en medio de una determinada realidad de trasfondo religioso, condición que se universaliza en todas las dimensiones de las prácticas sociales que tienden a la búsqueda de un sentido, bien sea de pertenencia, bien de integración social, como a la aglutinación de sueños e imaginarios detrás de unas formas de ideación. Asimismo, y como parte importante de esta sinergia de sentido, entran en escena el condicionamiento moral, la circulación de miedos y toda suerte de luchas por la hegemonía, todo ello al interior de las sociedades a lo largo de la historia, animando sus dinámicas y sus turbulencias.

Bajo esta misma lógica funcionan las religiones, las facciones políticas, las iglesias y, en general, las distintas formas de organización humana. En el complejo universo de la escena social, muchas de las formas de vinculación para los actores humanos, alentadas por un propósito común, se reducen a un acto de fe. Respecto a una realidad que se muestra y funciona de una determinada manera, y frente a la cual se funda un sistema específico de valores, y por ende una cosmovisión dada en ciertas creencias y en sus correlativos principios de acción, los seres humanos adoptan la actitud propia de una feligrésia. Esta es la manera en que cogen cuerpo los credos, las formaciones identitarias, las instituciones y las ideologías; y, más que eso, la manera de existir de los sujetos y de los pueblos.

Son tantas las formas en que se quiere y se puede convencer a la sociedad de lo que ella debería ser, de su forma de actuar y de ajustarse a unos propósitos que, paradójicamente, de la misma manera como cualquier persona, por una extraña lógica de simulación, puede llegar a estar prendado de un vasija de peltre para asumir un rol de sabedor de arte, asimismo, un gran número del conglomerado humano puede caer en el condicionamiento, las más de las veces invisible, de toda suerte de dogmas religiosos, teístas y/o civiles, de religiones disfrazadas, usualmente oficiadas por los sacerdotes de la opinión, por los gurús del mercado y por los iluminati del consumo. Estos mesías modernos, encarnados entre otros en comentaristas deportivos y comunicadores, en cosmetólogos de la imagen y especialistas en asuntos políticos, en expertos de la salud y versados en tecnología, son los encargados de crear legión en torno a fetiches del consumo, partidos políticos, sistemas económicos, filosofías empresariales, a partir de los cuales se gestan cruzadas genocidas, estrategias xenofóbicas, políticas de mercado y los respectivos rituales consumistas, que les hacen eco.

Es precisamente por estas gestas, que subyacen a toda la dinámica de participación colectiva en la lucha por las 'causas justas', que se pone en peligro los principios de convivencia y reciprocidad con el 'otro', y en donde se legitiman la persecución y la exclusión de los que atentan contra una moral edificada sobre paradigmas no emanados de la racionalidad, sino en gran medida del sentimentalismo mediático, desde donde usualmente se prefigura mágicamente el equilibrio de todo el sistema. Así se erige estratégicamente la moral de la sociedad del miedo con el obligado aval de sus participantes. En el escenario de la creación de las nuevas formas de sentido, hay que entender que solo es suficiente aparecer unos breves instantes en los medios de comunicación, tótems que funcionan como una variante del púlpito o de la tribuna pública, para tener asegurada la adhesión o el rechazo por parte del socius.

Es un juego de adjudicación de carismas, que determina con efectividad los factores de éxito y de fracaso en el contexto de la vida. Lo sagrado, al igual que lo execrable, se valida en los mass-media, que se convierten, de hecho, no solo en los canales de circulación de información, sino en la fábrica donde se instituyen las piedades públicas, o si se quiere, el cielo desde donde se ordena un nuevo cosmos al servicio del mercado. Esta teatralidad de la exclusión está muy en boga en muchas de las latitudes del planeta y no deja de campear a lo largo y ancho de las llamadas democracias de mercado, en donde las religiones civiles están exacerbadas y a la orden del día. En este escenario de polarización, nos sabemos que nos depararán los años por venir, sobre todo cuando las vasijas de peltre, con las que deliberadamente se quiere generar confusión, están en manos de una élite política y económica y de unos medios de comunicación que replican sus sermones con el aval y el auspicio de la gran masa de creyentes, de los mansos corderos que, a la hora de la cacería, están prestos a convertirse en lobos.

## Referencias recomendadas

- Barthes, R. (1997). *Mitologías*. México: Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P. (1982). *Les rites comme actes d'institution*. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 43, 58-63.
- Bourdieu, P. (1988). *La disolución de lo religioso*. In *Cosas dichas*. Buenos Aires: Editorial Gedisa.
- Caillios, R. (1996). *El hombre y lo sagrado*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cassirer, E. (1996). *El mito del estado*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Dorfles, G. (1969). *Nuevos ritos, nuevos mitos*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Eliade, M. (1991). *Mito y realidad*. Barcelona: Editorial Labor.
- Fromm, E. (1958). *El miedo a la libertad*. Buenos Aires: Paidós.
- Giner, S. (1994). *La religión civil*. En R. Díaz-Salazar, S. Giner, y F. Velasco (Eds.), *Formas modernas de religión* (pp. 129-171). Madrid: Alianza Editorial.
- Mattelart, A. (1976). *Medios de comunicación: mito burgués Vs lucha de clases*. Bogotá: Editorial Aquelarre.
- Otálora, L. (2007). *La cultura fáustica, un mito de la sociedad mediática y del consumo*. *Miradas*, 2(2), 277-285.
- Otálora, L. (2012). *Mitos y ritos modernos. La fabricación de creencias en los medios de comunicación*. *Revista Alteridades*, 44, 117-132.
- Riviere, C. (1995). *Les rites profanes*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Sauret, A. (2001). *Permanencia del mito*. México: Ediciones Coyoacán.
- Segalen, M. (2005). *Ritos y rituales contemporáneos*. Madrid: Alianza Editorial.

# ¿QUÉ PASA CUANDO NOS CONDICIONAMOS AL ESTADO DE ADQUISICIÓN MONETARIA?

Jeison Orjuela

La creación de las guerrillas, puede ser visto como un grito de ayuda por parte de sectores abandonados por el gobierno. Para nadie es un secreto que los Estados Unidos, se encuentran en una constante búsqueda de territorio, que pueda solventar y sostener su estilo de vida de comodidades y consumos desmedidos. Las leyes internacionales que se han creado para proteger a los débiles, se tergiversan cuando los intereses norteamericanos se encuentran involucrados. En Colombia la expropiación de tierra por parte de la elite a los campesinos, no es un tema reciente, podríamos decir que es una extensión de la herencia que recibimos por parte de los españoles y su conquista violenta en nombre de Dios.

La aceptación personal, es la búsqueda de la identidad creada a partir de prototipos, que fueron instaurados en la sociedad moderna, para poder poner limites entre lo aceptado y lo no aceptado. En este caso hablare de la moda del dinero y su propósito final de riqueza. El dinero es una representación de soberanía, aquel que tenga en sus manos el control de este, tendrá a sus pies la solución de sus problemas, pero no precisamente problemas personales, hablo en este caso de los problemas que la misma sociedad ha creado para mantenernos ocupados y nos han vendido la creencia que la solución de estosW nos llevaran a una "autorrealización".

“...TENDRÁ  
A SUS PIES LA  
SOLUCIÓN  
DE SUS  
PROBLEMAS  
...”

En la actualidad la sociedad ha establecido como meta, la adquisición monetaria, dejando a un lado la verdadera esencia de la vida “ser feliz”, pero que pasa cuando esta felicidad está determinada por los objetos que acompañan tu cotidianidad, y se sabe de ante mano que esos objetos solo pueden ser adquiridos, si se está de lado del poder dinero, de otra forma te tocaría cambiar tu vida por algo de esto.



Como pueblo intentamos “ salir de la olla”, que traduce simplemente cambiar nuestro símbolo social a uno mas alto, nos enfocamos en ser independientes y libres de trabajo, y esto funciona siempre y cuando no hagamos mucho ruido. Pero ¿Qué hay de nuestros sectores campesinos que trabajan en sus días por mantener un contacto tranquilo y directo con la tierra?, ¿Qué pasa cuando los condicionamos a in estado de adquisición monetaria para poder subsistir?, a lo que voy es ¿por qué debería un campesino pagar por comida si el mismo tiene las facultades para producirla?, en respuesta a estas preguntas solo puedo responder, que en Colombia nos invitaron a una era de consumo, y a la que nos hemos añadido sin poner resistencia, nos vemos a nosotros mismo como leones capaces de devorar esta modernidad, pero no hemos llegado ni ser un siervo, simplemente somos el pasto que logra alimentar la comida del león, no tenemos piernas para correr hacia algún lado, simplemente estamos a la espera de que la lluvia nos haga crecer, y el sol no nos queme con sus rayos.

En otras palabras somos consecuencia de lo que los demás actuan pero hemos perdido la identidad.

Cuando un país pierde su propósito, y no se reconoce a si mismo por lo que es, tiende a obviar necesario, en Colombia el problema radica en que todos queremos ser urbanos en tierras rurales .

“ . . . L E O N E S  
C A P A C E S D E  
D E V O R A R  
E S T A  
M O D E R N I D A D  
. . . ”

Nos avergüenzan nuestros campesinos, es un insulto para alguien ser representado por esta palabra.

Pero no solo se ha quedado en un insulto, si no que no les damos el lugar que se merecen y muchas veces para agradecer a nuestros salvadores americanos, entregamos sus tierras en nombre progreso, que en ejecución es el mismo discurso que los españoles utilizaron una vez en estas mismas tierras. Adios campesinos, bienvenida sea la violencia.

# CONTRACULTURA POLÍTICA A LA AMBIENTALISTA

Lina González

Desde los sesenta comienza una nueva etapa en la concepción de nuestro consumo y abuso del medio ambiente. Fueron los jóvenes, que a diferencia de sus cómodos padres se dieron cuenta de cómo la sociedad estaba consumiendo cada vez más aceleradamente. Desde la época de los hippies ésta posición solo ha ido creciendo y mutando, así como ha crecido nuestro índice de consumo de forma exponencial. Como resultado nacieron organizaciones que quieren preservar el medio ambiente. Las más conocidas son WWF, que a través de campañas y donaciones busca crear consciencia y Greenpeace que no es tan sutil con su labor, a través de boicots a industrias que dañan el medio ambiente. Sin embargo estas organizaciones que quieren el cambio no lo pueden conseguir por si solas. Las grandes industrias son las que tienen en su poder el capital, que a su vez representa el poder en las mentes de la población o mas bien consumidores. Esas mismas industrias son las que para seguir produciendo y vendiendo dejan una huella cada vez más grande en el ambiente. De ésta forma los esfuerzos de las organizaciones no son suficientes, tienen que luchar contra los intereses egoístas de las industrias.

Resultado de la impotencia atacan ahora otro punto clave del consumo: la publicidad: Ella es la que hace que creemos necesidades innecesarias constantemente, además de inseguridades. La publicidad crea estereotipos en nuestro imaginario que son inalcanzables, pero siempre vamos a buscar la perfección por eso seguimos comprando cada vez que cambia la temporada. Ese uso que se le da a la publicidad la hace el objetivo perfecto para los medios ambientalistas, si se cae la publicidad no hay forma de que la gente crea que tiene que comprar productos nuevos, tampoco habría la necesidad de alcanzar ideales imposibles. Así, en Francia nacen movimientos que atacan la publicidad, que la rayan. la ridiculizan. . . etc.

“...LA PUBLICIDAD  
CREA ESTEREOTIPOS  
EN NUESTRO  
IMAGINARIO QUE SON  
INALCANZABLES  
...”

Así como sucede cuando se atacan a las industrias, con la publicidad existe el mismo problema. La publicidad tiene, parece ser, infinitos fondos para financiarse, donde la ataquen va a encontrar nuevas formas de existir, y así no la ataquen está en constante crecimiento, parece ser que ahora no podemos caminar 100 metros sin que seamos bombardeados con anuncios.

Ante las consecuencias de nuestro consumo, que cada día son más inminentes parece ser que aunque las organizaciones hagan todo lo que se pueden dentro de sus capacidades, lo que tenemos que hacer dentro de la industria no es eliminarla sino replantearla. Debemos añadir una nueva variable dentro de nuestro plan de negocios: el ambiente. Ese es un gasto también, eventualmente se va a acabar si no lo incluimos en la educación. Y desde la publicidad lo necesario es cambiar su uso, porque el poder que tiene parece ser infinito y sería un desperdicio no usarlo para un fin necesario. En vez de promocionar la venta y compra infinita e innecesaria se debe hacer campañas para cambiar nuestros ámbitos de consumo por nuestro propio bien a largo plazo.

En ese momento en el que cambie nuestro rumbo, las organizaciones conservacionistas dejarán su posición inferior desde la que tratan de lanzar piedras a los grandes de la industria y se invertirán papeles.

# ATACAR A LA PUBLICIDAD CON PUBLICIDAD, ¿SOLUCIÓN EFECTIVA?

Santiago Moreno Rodríguez

Atacar a la publicidad con publicidad, eso es lo que recientemente ha hecho Brandalism, una red de artistas contra el consumismo que en este caso han decidido hacer un llamado a la ética que se maneja al interior de las agencias publicitarias más renombradas a nivel mundial. Las piezas estuvieron ubicadas en las principales ciudades de Reino Unido el 25 de marzo de 2016 y con ocasión del día internacional contra la publicidad.

En primera instancia, el simple hecho de que un movimiento anti publicitario se valga de los medios tradicionales, en este caso los eucoles, es señal de que el interior de dichos movimientos se ha creado conciencia en torno al poder que realmente tiene la publicidad. Es más, Brandalism está conformado en gran medida por personas que antes pertenecían al mundo publicitario tradicional y que al evidenciar como los fines económicos priman sobre los humanos decidieron buscar otras oportunidades para trabajar en lo que aman de manera consciente.

Tomando esto en cuenta, ¿es realmente viable el atacar a la publicidad con sus propios medios? En mi opinión, sí. No hay mejor manera de llegarles a los publicistas que mediante la publicidad. Y es que esta organización no trata de sensibilizar a los consumidores, trata de sensibilizar a quienes en realidad tienen el poder moral y la responsabilidad, los publicistas. La industria publicitaria tiene tanto impacto en los dedos y hábitos de la gente que debe crearse una reflexión en torno a la dirección que tienen sus prácticas. Debe crearse en el publicista la conciencia de que la responsabilidad social no es besar negros, y que el hambre de las grandes marcas no va a acusar hasta que no hayan consumido todos los recursos que nos brinda la naturaleza.

La educación al consumidor y al publicista se hace determinante para afrontar todos los cambios que tenemos por delante. El utilizar las habilidades de los publicitarios no para vender más, sino para hacer más.

“...NO HAY MEJOR  
MANERA DE  
LLEGARLES A LOS  
PUBLICISTAS QUE  
MEDIANTE LA  
PUBLICIDAD.  
...”

El hacer frente a temas como el cambio climático y la desigualdad social es en mi opinión el futuro de la publicidad. ¿Por qué pienso eso? Básicamente, el ritmo productivo y consumista que tiene nuestra sociedad actualmente no nos permitirá vivir más de 40 años siguiendo la misma línea de extracción- producción- consumo. Si dicho dato se llega a cumplir, ¿Qué les espera a los publicistas que están en la academia u no han saludado al mundo laboral? Realmente les espera un panorama problemático, en el que la reglamentación y la falta de credibilidad por parte de los consumidores será el pan de cada día. Y después de que todas las problemáticas que ha visto siendo ocultadas por años sean evidentes. ¿Quién va a querer hacer parte del problema?

En conclusión, hay que arrebatarle los medios a las grandes industrias publicitarias, esas mismas que tienen en su poder a la mayoría de las agencias a nivel mundial y controlan el producir comunicación responsable es una de las mejores alternativas tanto para ellos (activistas) como para nosotros (publicistas). El intercambio de habilidades de ambos puede realmente cambiar la dirección a la que la ley del mercado nos lleva y finalmente hace de la publicidad algo más humana.



# TEXTURA Y LA NOCIÓN DE CULTURA

Natalia Chona Rodríguez

El texto “La problemática noción de cultura” por Leonardo Otalora señala una serie de puntos que deben tratarse con sumo cuidado cuando se trata comprender lo que es la cultura, más allá de esto hace también una crítica a las complejas aplicaciones que se le da a esta ambigüedad del termino en Colombia. El texto a continuación, daría a conocer las diferentes ideas presentadas por el autor a los ojos de un proyecto propio de Bogotá conocido como Centro Creativo Textura para comprender por fuera del ámbito político y más adentrado dentro del fenómeno social la manera en la que se aplica esta compleja noción de cultura.

El “Centro Creativo Textura” es el espacio donde tiene lugar el ya reconocido evento anual de la feria del Millón que se lleva a cabo durante la semana del arte en Bogotá. En plena zona industrial del Puente de Aranda y rodeado de barrios de estratos medios y bajos, nace este espacio como proyecto de Juan Ricardo Rincón (actual co-director de la feria) junto a otros socios. Es un espacio para todos, pensando para el desarrollo y acercamiento cultural, sin discriminación de clase social, e lugar cuenta con eventos y servicios para la comunidad local durante todo el año. El edificio nace a partir de una antigua fábrica de textiles donde permanecen algunas piezas gigantescas de la maquinaria utilizada en ese entonces.

Las piezas aportan un carácter industrial, se funden con las obras y son admiradas como otro elemento de la exposición. Un ascensor industrial como de película recorre las tres plantas del edificio. El lugar está dotado de espacios y fincas para el mundo creativo, talleres para artistas, salas de exposición y servicios para la comunidad.

“... PENSANDO  
PARA EL  
DESARROLLO Y  
ACERCAMIENTO  
CULTURAL

...”

Volviendo al texto original, el autor hace un recorrido a través de la historia de consumo en el mundo pasando por los sistemas artesanales autosuficientes hasta la llegada de un orden social económico masivo. Menciona la necesidad del ciudadano para que pueda haber una ciudad, pero a la vez muestra a través de esta cronología como las utilidades han pasado a ir por encima de la convivencia propia. es aquí cuando haciendo énfasis en el desarrollo individual y colectivo del ser evalúa la posibilidad de una libertad Kantian o un sistema ideal de sociedad y gobierno en el que ambos pueden traer tantas ventajas, como desventajas si es mal aplicado.

De lo postulado por el autor, se utilizarán tres conceptos básicos mencionados por el autor a lo largo del texto: La modernidad como un fenómeno que difícilmente puede entenderse como unitario, la visión clasista de los conceptos cultura y folclor, y finalmente las aplicaciones de las dos nociones de cultura.

Otálora hace énfasis en la difícil noción unitaria de la modernidad dándose en dos aspectos básicos sin equivalencia alguna que son: El “infinito” ritmo creciente de la razón y la realidad de la condición humana. Es aquí donde hay una clara separación de pensamientos que podrían ir acordes con las dos formas de memoria de las que habla Galeano, que son la individual y la colectiva.

El avance de la sociedad con la ilustración comienzo a caminar de la mano de este ritmo creciente de la razón, que pronto comenzó a preocuparse más por individuo que por un crecimiento colectivo que permita trascender la vida propia historia. Textura a pesar de su aplicación segmentada por días frente al evento de la Feria del Millón siendo unos los días para quienes pagan y otros para personas de bajos recursos, el resto del año busca que los miembros de la comunidad que lo rodea sea participativa y conozca de su cultura. En este caso, a pesar de la difícil noción individual-colectivo, vidría afirmarse que la Textura opta por apoyar al fenómeno colectivo sobre el privado.

El segundo punto a tratar, es el de la perspectiva clasista planteada por Galerano. En esta perspectiva la cultura pertenecería a la clase concedora aplicada en como dice el “buenos unos y costumbres”, por otro lado estaría el folclor que pertenecería a estas clases sociales bajas o al ámbito “popular” de cierto modo.

**“ EL “ INFINITO ”  
RITMO CRECIENTE  
DE LA RAZÓN Y LA  
REALIDAD DE LA  
CONDICIÓN  
HUMANA... ”**

**“ ... ENCUENTRA  
EN UNA MEZCLA  
ENTRE LAS DOS  
PERSPECTIVAS. ”**

En una entrevista realizada a Juan Ricardo Rincón, este a pesar de tener un origen de clase alta, se encuentra en una mezcla entre las dos perspectivas. Por un lado el director reconoce esta diferencia como una condición de las clases, pero a la vez busca romperla a través del desarrollo del centro. Lo anterior iría relacionado con el tercer punto, que es el de las dos nociones de cultura.

La primera valoración que unificaría a un grupo, se relaciona con esa búsqueda por un empalme entre clases a través de auto reconocimiento del ámbito cultural que respecta al arte. A su vez, dentro de la segunda valoración de cultura postulada por Wallerstein se encuentra también una fracción de lo que es el centro, pues a pesar de buscar un bien común al rededor del año, cuando comienza la feria que es la porción “lucrativa” que más alinea del dinero, ha generado cierto prestigio, las diferencias resaltan e inmediatamente se convierten en dos grupos completamente diferentes, los miembros de la zona y los visitantes de la feria de las clases altas.

Finalmente la noción de cultura no queda resuelta, Textura, como muchos otros fenómenos tiene influencia de todas las variables postuladas. Cabe reconocer la opción por el bienestar colectivo del centro, sin embargo nadie queda salvo ni puede reconocerse como una sola cosa cuando de cultura se habla.

# ¿CÓMO RAYOS

SE HACE PARA

Silvana Hernández Senestrari

# BORRAR UNA HUELLA?

¿Cómo rayos se hace para borrar una huella? Caminas por el bosque y tus pies se hunden en la tierra húmeda pero quieres desaparecen la huella, si retrocedes acentuadas la marca, si la "borras" con la mano la transformas, si la cubres, pues, la cubres, pero pasa algo curioso, empieza de repente a llover t las gotas van llenando el hueco que has dejado y poco a poco hasta el tope la van consumiendo hasta que la deshacen, lo mismo pasa en la playa cuando la ola, despeñes de su hermoso viaje en el manto del viento llega a la orilla y de manera mas delicada, absorbe las huellas haciéndolas arte de su existir.

Claramente no podemos borrar o desaparecen las huellas que hemos dejado a lo largo del tiempo, independientemente de la magnitud de ellas, sin embargo la naturaleza si, y va a llegar el día en el que ella recobre el equilibrio.

Los humanos por naturaleza somos impulsivos, si actuamos tan apresurada y desmedidamente teniendo la capacidad de razonar, no me imagino el caos que hubiéramos hecho guiados únicamente por nuestro instinto, somos tan egoistas y superficiales que nos estancamos en una etapa de idilio creativo en donde generamos y generamos ideas, cosas, artefactos, cada vez más inútiles. Somos tan facilitas que esperamos que las consecuencias lleguen a nosotros y no las prevemos o las estuvimos premeditadamente, somos como un tren que solo va hacia adelante y no se detiene a reflexionar lo que ha dejado atrás.

La naturaleza paciente y sublime nos abre los ojos, nos llama en el medio de su agonía y nos castiga con la majestuosidad de su poder, hoy cuando todo se fue a la mierda, empezamos a frenar, empezamos a pensar y las decisiones que tomemos de ahora en adelante serán para redimir los daños que hemos causado.

**“ LA NATURALEZA  
PACIENTE Y  
SUBLIME NOS  
ABRE LOS OJOS  
... ”**

Hemos atacado la integridad de la tierra de la forma mas baja y ruin, la hemos violado, apuñalado, pisoteado, escupido, irrespetado e infinidad de cosa más, hemos olvidado lo insignificantes que somos y hemos enaltecido nuestro vago ego soportado por el falso dominio de nuestro origen. Ya sabiendo la clase de plaga que somos, ya no hay mucho que hacer, los cambios serán reparadores hasta el día en que la madre naturaleza imponga el orden, hemos acabado con gran parte de los recursos naturales no renovables y hemos implantado sistemas de consumo masivo que colaboran fielmente a la destrucción del planeta cada día.

Pero bueno, ya estamos aquí, estamos adquiriendo ciertos conocimientos y puliendo ciertas habilidades para hacer algo, no se que sea ese algo, pero seguro si se forma una red, si se unen fuerzas y convicciones, la muerte del mundo se prolongará un poco más, si nuestro ser se llena de humildad y logra ver mas allá de procesos industriales y progresos inútiles, encontraremos el sentido de nuestro existir y la finalidad de nuestro caminar.

# CINCO FRASES QUE HACEN CRECER LA NARIZ DE PINOCHO

Valentina Quitian

Desde hace décadas se nos esta advirtiendo a la humanidad entera de una muy posible ruina global, difundiendo a la idea tergiversada de que todos somos responsables de ello pero... ¿A quién realmente se le culpa de tales actos realmente si ese "todos somos responsables" inclusivo y totalitario es realmente solo el 20% de la población mundial?

Alguna vez leí en alguna parte que cerca de un 40% de la humanidad padece de hambre, mientras el total de los alimentos que terminan en la basura por razones diferentes, llegando a cerca de unos 2 mil millones de toneladas anuales, bastaran para alimentar a toda la población mundial. Es en este mundo ambiguo e inequitativo en el que vivimos, donde víctima y victimario tienen exactamente la misma responsabilidad tanto ambiental como social solo para que terrificamente se pueda hablar de generalidades, estereotipos y tendencias que surgen desde un solo punto de vista. La razón de ser de esta táctica es poder "echar a todos dentro del mismo bulto" para lograr rebajar esa preocupación por, en este caso, problemas netamente ambientales que conllevan a problemas sociales y a su vez, políticos, económicos y culturales.

Siempre debe haber un culpable, pero en este caso medio-ambiental que nos compete evidentemente a todos, el responsable que corresponde a ese 20% de la población global no acepta su culpa y por el poder que se le ha sido entregado culturalmente, puede fácilmente extender y generalizar esa culpa diciendo que "todos somos quienes arruinamos el planeta" evadiendo su responsabilidad y haciendo asimismo que nadie tome medidas. ¿De qué sirve hablar de un problema y no intentar solucionarlo?

**" TODOS SOMOS  
LOS  
RESPONSABLES" .**

Y es que sin duda alguna la causa de todo este Apocalipsis ambiental es el consumismo desmesurado; personalmente no creo que aunque suene con un ejemplo cotidiano, países como Estados Unidos, China o Japón, países cuya economía diría que se centra más en el consumo que en la producción, tengan la misma medida de responsabilidad con países que fijan su desarrollo en la producción controlada, como es el caso de muchos países latinoamericanos que conservan aun un gran componente natural.

Aquí es donde encuentro la inconsistencia mas grande de ese " todos somos los responsables". La lógica de quién logró generalizar ese concepto parte de la injusticia, donde unos hacen y otros pagan así los que hacen seguirán haciendo y los que pagan seguirán pagando. ¿Cómo es posible que por ejemplo, grandes ciudades que se mueven en, a través, con y alrededor de un sistema capitalista de consumo excesivo como lo es New York deba "pagarle" a ciudades como Bogotá, en el caso del Día sin Carro, para hacer una "balanza ambiental"? Lo peor es que como se trata de dinero, aceptamos que ese verdadero responsable del desastre ecológico siga destrozando todo a su paso y haga que otros supuestos culpables lo resuelvan por ellos; cuando deberíamos hacer movimientos como el ya nombrado por nuestro propio bienestar e invitar al resto del mundo a que también lo haga, no por un equilibrio, sino por el bienestar de todos.

Entonces bien, no se trata de encontrar culpables ni quedarse hablando de problema; se trata de realmente buscar soluciones que se adapten para cada situación dado a que cada territorio es diferente. No es "seguir haciendo lo que hago y como todos lo hacen mal, alguien lo solucionará por mí"; realmente se trata de cambiar completamente por mí mismo, para mí y mi alrededor; si cada quien lo hace, no existiría más esa competitividad absurda, es el simple hecho de buscar bienestar y felicidad sin tratarse de una competencia.