PROYECTO DE APLICACIÓN PRÁCTICA
SALÓN DE LOS DEMIURGOS

ERIKA BARBÓN
PAOLA A. MAYORGA
ALEJANDRO MORRIS
CRISTIAN PEÑA

TUTOR
RAÚL NIÑO BERNAL

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL
2018

Tabla de contenidos

1. RESUMEN EJECUTIVO 4
2. INTRODUCCIÓN 5
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO 7
4. ANTECEDENTES 8
4.1 Contexto Actual de la Lutería en Colombia 10
5. PROBLEMA CULTURAL 14
5.1. Árbol de problemas 15
5.2. Diagnóstico 15
5.2.1. Problemas de las referencias oficiales institucionalizadas y los procesos de formación de calidad 15
5.2.2. Falta de espacios de divulgación adecuados 16
5.2.3. Baja presencia del oficio en medios masivos como las redes sociales 18
6. JUSTIFICACIÓN 20
6.1 Creciente interés en la profesión y potencial comercial 20
6.2. Reivindicación de un oficio 22
6.3. Promoción de un campo artístico 23
7. OBJETIVOS 25
7.1. General 25
7.2. Específicos 25
8. MARCO TEÓRICO 25
8.1 Arte, Cultura y Sociedad 25
8.2 Arte, lutería y desarrollo 28
8.3 Lutería como arte 30
8.4. Cultura material y el instrumento musical como agente social 35
8.5. Arte e interacción social: estrategia de comunicación 38
9. MARCO JURÍDICO E INSTITUCIONAL 40
9.1. Constitución Política 40
9.2 Ley General de Cultura 40
9.3 Ley 1834 de 2017 (ley naranja) 41
9.4. Decreto 2120 del 2018 41
9.5. Plan nacional de música para la convivencia 41
9.6 Política de Fortalecimiento de los Oficios del Sector de la Cultura en Colombia 41
9.7 Política de turismo y artesanías. Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano. 42
9.8 CONPES 3409 del 2006 43
9.9 CONPES 3527 de 2008 43
9.10 CONPES 3659 de 2010 43
9.11 CONPES 3866 de 2016 44
9.12 Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (Unesco, 2005) 44
9.13 Observatorio Laboral y Ocupacional del SENA (2017) 44
9.14 Bogotá Ciudad Creativa de la Música (UNESCO, 2012) 45
10. METODOLOGÍA 46
10.1. Pensamiento Heurístico 47
10.2. Modelo de Gestión 48
10.3. Tecnologías convergentes para la innovación artística 50
10.4. La Ruta del Laboratorio 54
10.4.1 Metas del Laboratorio 54
10.4.2. Principios del laboratorio 55
10.4.3. Perfil del participante 55
10.4.4. El espacio de trabajo 55

10.4.5. Métodos de trabajo 56
10.4.6 Diseño contextual 58
10.4.7. Diseño participativo 59
10.4.8. Living Lab 59
10.4.9. Fases del laboratorio 62
10.4.10. Parámetros de evaluación de las obras de creadas 65
10.4.11. La exposición de las obras 66
10.4.12. Streaming – Página Web – Redes sociales 68
11. MODELO DE NEGOCIO 70
11.1. Red de Alianzas 70
11.2. Actividades Clave 75
11.3. Recursos Clave 75
11.4. Propuesta de Valor 75
11.5. Relación con los clientes 75
11.6. Canales de Distribución 75
11.7. Segmento de Clientes 75
11.8. Costos 76
11.9. Flujo de Ingresos 77
12. PRESUPUESTO 79
13. CRONOGRAMA 82
14. INDICADORES 83
15. BIBLIOGRAFÍA 85

Gráficos e Imágenes

Gráfico 1. Árbol de problemas. 15
Gráfico 2. Porcentaje de mediciones de la palabra Lutería, según idiomas 18
Gráfico 3. Modelo de gestión 48
Gráfico 4. Modelo metodológico de los laboratorios o ruta del laboratorio 63
Gráfico 5. Modelo de negocio Canvas. Salón de los Demiurgos 78

RESUMEN EJECUTIVO

TÍTULO	Salón de los Demiurgos: Lutería y arte creativo
PROPONENTES	Erika Barbón; Paola Mayorga; Alejandro Morris; Cristian Peña
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	Este proyecto busca articular la lutería de arte a las dinámicas que se encuentran en el ecosistema cultural de Bogotá, a través de tres elementos: 1) Laboratorios abiertos entre lutieres, artistas, gestores y otros actores, alrededor de exploración de la lutería como campo artístico, recogiendo experiencias y conocimientos que puedan ser utilizados como puntos de referencia cultural. 2) Actividades que trabajen en pro de una apreciación de la lutería desde una perspectiva artística, incorporando acciones que involucren la sensibilización y apropiación por parte de los actores del ecosistema. 3) Poner a disposición de los actores involucrados nodos de información que continúen dinamizando la vinculación a de la lutería, buscando sostenibilidad y dinamismo en los resultados de los talleres y actividades llevadas a cabo.
OBJETIVO GENERAL	Articular la lutería de arte a las dinámicas del ecosistema cultural
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. Diseñar un living Lab que permita el intercambio de conocimientos entre lutieres, artistas, y otros actores del sector cultural, alrededor de la exploración de la lutería como campo artístico. 2. Generar una cadena de apropiación integrando el público al ecosistema cultural creado en el laboratorio. 3. Crear sistemas de difusión del conocimiento y las experiencias logradas en los laboratorios para el fortalecimiento de su integración en el ecosistema
CONTEXTO GEOGRÁFICO	Bogotá D.C
BENEFICIARIOS DIRECTOS	Lutieres y artistas
BENEFICIARIOS INDIRECTOS	Músicos, público objetivo, lugares de exposición, gestores, instituciones con proyecto de programa académico, mecenas.
VALOR DEL PROYECTO	$ 188.814.244 pesos

2. INTRODUCCIÓN

Lector, alguna vez se ha preguntado ¿antes de las máquinas, quienes hacían los instrumentos musicales? ¿por qué el violín más famoso del mundo se llama Stradivarius? Desde hace siglos ha existido un oficio que se llama lutería, estas personas se han encargado por años en ser los responsables de darle vida a los instrumentos que dan forma al sonido y por ende a la música. Puede que algunos ya supieran qué es un lutier, pero aún hoy en día hay muchas personas desconocen que por la ciudad hay talleres de personas dedicadas a la construcción y mantenimiento de guitarras, violines, violonchelos, etc.

Este proyecto busca ser la puerta de entrada para la articulación de la lutería de arte al ecosistema cultural de la ciudad de Bogotá. Lo anterior, puesto que es importante generar una integración entre diversos agentes del ecosistema cultural para abrir y renovar los mercados culturales locales, promoviendo y fomentando el trabajo colaborativo entre quienes de manera directa o indirecta trabajan con la cultura, desde el valor y reconocimiento de conocimientos diversos y las particularidades de las dinámicas sociales del sector.

Anteriormente, la lutería era considerada un trabajo similar a ensamblar y mantener bicicletas y no se tenían en cuenta las exigencias sensoriales, cognitivas y artísticas que implica un oficio del cual se crea el sonido. Esto implicó que este estilo de vida estuviera desarticulado del resto de actores del sector cultural, tomándose como una labor técnica que acompaña al músico o meramente como una tradición folclórica, puesto que de igual manera aquellos que construyen marimbas de chonta y tambores también son lutieres.

En este texto, se encontrará el paso a paso de cómo alcanzar la meta definida. Desde identificar las causas y consecuencias del problema, reconociendo las condiciones en la que se ha desenvuelto la lutería, hasta el hecho de sustentar desde una mirada teórica el por qué es importante prestarle una atención puntual a este oficio, e igualmente, como llegar propiamente a la propuesta que se plantea en el proyecto. Así mismo, se encuentran las metodologías utilizadas tradicionalmente en las ciencias aplicadas y en el diseño de productos; con lo cual se espera producir una integración multidisciplinaria que genere un proceso de co-creación y de innovación alrededor de la experiencia sensorial del lutier, para de esta forma poder mostrar a un público interesado por la cultura las posibilidades artísticas con las que esta cuenta.

Existe un misticismo en este oficio, por eso mismo se ha denominado al proyecto Salón de los Demiurgos, puesto que, en la filosofía gnóstica, el demiurgo era considerado un creador, tanto así que en algunas de sus interpretaciones estos seres son considerados como el Supremo Artesano, un ser capaz de ordenar el caos y darle forma a la materia. Por eso no se habla de un

solo demiurgo, ya que será el encuentro de muchos artesanos, con diferentes modos de entender el caos y formas de trabajarlo, para que juntos puedan crear una idea del mundo.

Finalmente, se espera generar una serie de experiencias por medio de las posibilidades tecnológicas, la experiencia sensorial y cognitiva de ser ese artesano que con dedicación es capaz de construir un instrumento que responda a las exigencias de la música y que a su vez le dé forma a un objeto bello en su totalidad. Nadie puede negar la belleza que conllevan los instrumentos, y esto es lo que se pretenden aportar a través de esta iniciativa para generar la articulación de la lutería con el ecosistema cultural de la ciudad

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El salón de los Demiurgos es un proyecto que tiene como objetivo articular la lutería al ecosistema cultural de la ciudad de Bogotá, teniendo como eje principal a la Lutería Artística; también llamada Lutería de Alta Factura o Lutería de Autor[1]. Esta iniciativa acude al lenguaje artístico contemporáneo como promotor de experiencias colectivas y transmisor de información destinada a exponer la dimensión estética y creativa de este oficio. De esta manera, se busca abrir espacios de apreciación y consumo para las actividades de los lutieres bogotanos, en lugares normalmente destinados a otro tipo de artes. Dichos espacios cuentan con un público que ha cultivado la sensibilidad y los hábitos requeridos para dinamizar la divulgación de nuevos productos culturales. Consecuentemente, con esta vinculación a las comunidades artísticas se espera mejorar las condiciones de sostenibilidad y bienestar general de la lutería.

El proyecto contempla diferentes factores que inciden en el hecho de implementar acciones que se direccionen al posicionamiento de este oficio y la labor artística del mismo, en donde no solamente haya un beneficio para los lutieres involucrados sino para el gremio en general, para que éstos se den a conocer en el sector cultural. Puesto que el arte ha participado en los procesos de desarrollo que intervienen a nivel social, la lutería de arte se convierte en un instrumento de mediación que permitirá el fortalecimiento de los vínculos entre el ecosistema existente y los lutieres. Se plantea la realización de un laboratorio creativo, en donde la convergencia de metodologías de diseño y co-creación permitan la obtención de productos y servicios enfocados en las capacidades estéticas y artísticas de este oficio.

Lo anterior, será divulgado por medio de una comunicación multicanal, como la creación de una página web, el montaje de una exhibición y la distribución de una publicación editorial, física y digital. Todo esto busca dar a conocer las obras producidas y los resultados obtenidos del laboratorio. Al mismo tiempo, se efectuará una relación permanente con los consumidores de este producto, con elementos como la transmisión vía streaming, permitiendo establecer un contacto con un segmento de la población sensible al arte.

[1] El termino lutería artística o lutería de arte es comúnmente utilizado en contextos francófonos e hispanohablantes. La lutería de alta factura es común en contextos hispanohablantes y la lutería de autor es frecuente en contextos anglosajones

4. ANTECEDENTES

Debido a las ventajas que ofrecen los Laboratorios Creativos, estos se han convertido en las últimas décadas en una opción de trabajo apreciada por investigadores y organizaciones sociales. Es posible nombrar como uno de los precursores que dio bases para el uso de este método, al *Media Lab* del Massachusetts Institute of Technology (MIT) en 1985. Por supuesto, hoy en día los laboratorios han cambiado, ampliado sus intereses y transformado sus procesos de trabajo, aun así, se pueden resaltar dos elementos propuestos por el Media Lab como esenciales para que cualquier laboratorio los tenga en cuenta en su programa: en primera instancia, el uso de la tecnología y su impacto en la realidad social; en segundo lugar, el valor de la interdisciplinaridad en la construcción de conocimiento. A pesar de ello, en Colombia los Laboratorios Creativos aún son propuestas recientes y no se han extendido todavía a gran escala. De igual manera, por su posibilidad de construir y transmitir conocimiento, casi todos están enfocados a ser programas pedagógicos, algunos con niños y jóvenes y, otros con profesionales o expertos en oficios.

En el primer grupo, se destacan el propuesto por la Young Men's Christian Association (YMCA) o en español, la Asociación Cristiana de Jóvenes. Que durante el 2015 implementaron el programa Apostándole a la Creatividad Joven, un laboratorio propuesto como un plan educativo de ocho talleres, en donde un formador, guiaba a los jóvenes en una serie de actividades como danza, teatro, canto, etc. Para que de esta forma los participantes, unos 150 jóvenes de las comunas 4, 12 y 13 de Medellín (YMCA, 2015), pudieran intercambiar sus experiencias y conocimientos por medio del encuentro. Mónica Aguirre, coordinadora del proyecto, dice lo siguiente "[los] laboratorios creativos se construyen desde la acción de los jóvenes, sus ideas y talentos, donde se promueve la innovación y la transformación desde actividades concretas, capaces de permear las realidades sociales, desde lo cotidiano y lo inhabitual" (YMCA, 2015).

Otro tipo de laboratorio, es el construido por la Fundación Mi Sangre, llamado Laboratorio de Juegos para la Paz, un programa orientado para el trabajo colaborativo entre jóvenes de diferentes edades, con el objetivo de crear juegos dinámicos que promuevan el desarrollo de habilidades -empatía, pensamiento crítico, creatividad, autoconocimiento- que les permita a los jóvenes buscar soluciones innovadoras a las problemáticas de la ciudad. Este laboratorio tuvo una duración de tres días y también fue en la ciudad de Medellín.

Estos ejemplos muestran cuál ha sido el uso más amplio de los laboratorios creativos en el país. En el caso más cercano a la propuesta expuesta en el documento, se identifican dos

modelos: Inicialmente, aMano, un espacio permanente de creación, centrado en las posibilidades que ofrecen las actividades artesanales. Su principal principio está enfocado a la experimentación de lo material en el proceso de lo “hecho a mano”; así consolidan un espacio para el intercambio de conocimiento multidisciplinario, la investigación y la promoción de productos de innovación, para lograr, gracias a esto, una transformación de la actividad humana. Para alcanzar su objetivo aMano, posee un espacio de coworking permanente en la ciudad de Bogotá, en donde las personas pueden asistir a trabajar, también, quienes quieran adquirir nuevas habilidades pueden inscribirse a los talleres en diferentes oficios, ya sea cerámica, pintura, tejido, estampillado, etc. Este programa es apoyado por el Ministerio de Cultura.

Sin embargo, en la actualidad el laboratorio más importante es el NC-Lab, un evento que se realiza cada 2 años en la ciudad de Bogotá, siendo el 2018 la tercera edición del laboratorio. Esta iniciativa de NC-Arte, tiene como objetivo la creación colectiva por medio de la experimentación de las técnicas y herramientas propias del arte contemporáneo. El evento tiene una duración de 3 a 4 días de trabajo que, por medio de un programa de talleres educativos, los asistentes tienen un encuentro cercano con los artistas invitados, para que todos juntos en una relación horizontal, puedan dar propuestas innovadoras para potenciar la creatividad a soluciones cotidianas.

Al igual que aMano, NC-Arte también propone un espacio propicio para el encuentro y la comunicación entre las diferentes perspectivas que implica el trabajo colaborativo. Al fin de cuentas, lo que quiere resaltar la organización es que el arte es un aspecto esencial para el desarrollo académico del país, ya que aporta un pensamiento crítico frente a la realidad y habilidades específicas que ayudan al empoderamiento de cada participante.

En cuanto a programas similares entorno a la lutería, se resalta el diplomado del 2012 en lutería electrónica de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que por medio de un laboratorio multidisciplinario se invitaba a las personas a diseñar y producir prototipos de instrumentos musicales innovadores. Para eso, el grupo de docentes lo conformaron ingenieros, músicos, artistas visuales, diseñadores, quienes exploraron junto con los estudiantes la construcción de instrumentos electrónicos, aprovechando las posibilidades que les ofrece la tecnología. Adicionalmente, se encuentra el laboratorio de construcción de instrumentos por mecanismos electrónicos, el Fab Lab de Northmpton Community College, que es un espacio con herramientas de vanguardia, impresoras 3D, cortadoras láser, laboratorios de sonido, entre otras, permitiendo así el diseño de prototipos de instrumentos basados en procesos tecnológicos y multidisciplinarios.

En conclusión, todas las experiencias aquí resaltadas dan una muestra de las condiciones necesarias para llevar a cabo un laboratorio creativo, de co-creación y con un objetivo de innovación. Más adelante, en el texto se detallarán las herramientas y diversos procesos que se pueden llevar a cabo para implementar una ruta de laboratorio.

4.1 Contexto actual de la lutería en Colombia.

En Colombia resultan ser muy pocos los lutieres que han logrado ser referente del oficio, por ejemplo: Diego Valencia en Dosquebradas, Risaralda y Ginebra, Valle, o, José Luis España en Pasto. Para el caso de Bogotá, dos nombres salen a relucir: Vicente Larraín, quien trabaja principalmente con instrumentos de cuerda frotada, para el año de 1998 ganó el premio a mejor guitarra clásica en el Festival Mono Núñez y, el Maestro Alberto Paredes, quien ha sido el precursor de la construcción de instrumentos de concierto y es el único que ha alcanzado un estatus social de Maestro lutier. El maestro Paredes cuenta con tres hijos que han dado continuidad a la tradición.

La consolidación y posterior articulación del oficio requiere entonces tener en cuenta sus campos de acción que comprenden la formación y agremiación, producción con avales sociales y oficiales de calidad y, espacios de divulgación y comercialización. En primera instancia, los procesos de formación deben estar ligados a una tradición, puesto que la lutería y la organología son el epicentro de saberes y técnicas que se han venido decantando y perfeccionando por generaciones. Aún, cuando hay propuestas de innovación[2], el peso de la tradición y el repertorio que se ha venido acumulando desde hace siglos exigen que no se puede llegar a la heterodoxia sin dominar la ortodoxia.

En el país son pocas las situaciones en las cuales se ha enseñado la lutería fuera de los procesos de aprendizaje propios del taller donde se aprende haciendo. Y, al no ser estos talleres escenarios ideales en cuanto al compromiso pedagógico, se hace indispensable la educación por medio de instituciones que busquen capacitar en el oficio. Se tienen como antecedentes cuatro programas, dos de ellos extintos. En primer lugar, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA con dos proyectos que desaparecieron tras poco tiempo de actividad. El primero fue entre los años 2006 y 2008, en el Centro Nacional de la Madera -hoy Centro de Tecnologías para la Construcción y la Madera- de Itagüí, Antioquia. En éste se impartieron talleres sobre la construcción de Violines. El segundo fue en el 2012 en el Centro Sur Colombiano de Logística

[2] La innovación se da en términos de nuevos diseños y materiales, que, aun siendo eficientes en ciertos aspectos de los requerimientos organológicos, no han logrado remplazar el desempeño de los diseños y materiales que se han venido decantando desde hace siglos.

Internacional de Ipiales, Nariño, donde se impartieron clases de construcción buscando otorgar un título técnico.

En la actualidad, el SENA ofrece una titulación técnica en construcción de violines y viola, en el Centro Tecnológico del Mobiliario, ubicado en el municipio de Itagüí. Vale la pena mencionar que este programa, heredero del mencionado en el párrafo anterior, cuenta con muy poco alcance e impacto cultural. Por su parte, en la ciudad de Bogotá, sólo está vigente un programa que, a pesar de contar con un respaldo académico óptimo, solo se presenta como una asesoría en la reparación y construcción de instrumentos sin ningún tipo de titulación. Esta actividad, llevada a cabo en los Centros de Lutería de la Fundación Salvi inició en el 2006 y le apuesta a traer maestros extranjeros representantes de la tradición Florentina en el área de cuerdas frotadas, durante una semana al mes. En cuanto al área de cuerdas pulsadas, el encargado de esta labor es el Maestro colombiano Alberto Paredes, quien se desplaza desde Cartagena una semana al mes.

Respecto a la producción de instrumentos de cuerda pulsada y frotada, teniendo en cuenta a los maestros nombrados con antelación, el estimado de personas dedicadas al oficio que cumplen con estándares de calidad profesional es de 35 personas[3]. De estas solo 7 trabajan en Bogotá en el área de cuerdas frotadas y 6 en el área de cuerdas pulsadas. La divulgación y comercialización de sus trabajos se da principalmente por el voz a voz, utilizando el espacio de sus talleres como punto de encuentro.

Otro componente necesario para el fortalecimiento de la lutería en la ciudad se basa en el fomento de un cuerpo gremial, que entre otras cosas ayuda a crear espacios de formación y divulgación y actúa también ante las condiciones adversas sobre las que se trabajan, principalmente los altos costos en insumos y herramientas que deben ser importadas desde Estados Unidos y Europa. Según conversaciones con lutieres de la ciudad, se han dado intentos de formalizar una asociación a la manera de las existentes en Europa -European Guitar Builders (EGB)-, o Norteamérica -Guild of American Luthiers (GAL)-, pero estos esfuerzos no han podido ser consumados gracias a la desconfianza entre los actores en cuanto al alcance y administración de las actividades. El último intento registrado fue en el año 2009, con una asociación que duró cerca de dos años de actividad. Se desconoce si esta asociación aún está

[3] Datos obtenidos tras indagaciones de campo desarrolladas en el marco de este proyecto. La designación de lutería artística y otros tipos de lutería es siempre un tema álgido ya que presupone una estratificación de las capacidades profesionales. Para efectos de este trabajo, se limitó a presentar el ponderado según las opiniones de las personas a quienes se consultaron, se omiten los nombres por considerar que su enunciación es subjetiva.

vigente, pero sí se tiene plena certeza de que pocas personas en el sector están interesadas en ella pues según manifiestan no les representa ningún beneficio.

Entre las consecuencias de esta debilidad gremial, está el hecho de que solo hasta agosto del 2017 el oficio de lutier fue oficializado por el Observatorio Nacional de Ocupaciones (ONC) del SENA como una profesión con nivel de cualificación B, correspondiente a carreras profesionales y tecnólogas[4]. La conceptualización pretérita que se venía trabajando institucionalmente por parte del gobierno colombiano era la de constructores ensambladores y reparadores[5] con una cualificación de tercer y cuarto nivel -C y D correspondientemente, lo cual implica estratificarlos como competencias laborales con poco nivel de autonomía, responsabilidad y compromiso intelectual; algo totalmente alejado de la naturaleza de oficio. Aparte de estas concepciones, también existe el problema de que estas denominaciones están ubicadas en los campos laborales asociados a procesos industriales, fuera de las áreas ocupacionales asociadas al arte y la cultura donde se encuentra su nicho comercial. Estos códigos siguen activos como objeto de seguimiento en la CNO.

En el mundo de la lutería la visita al taller es una práctica común, aun así, en otras latitudes se han institucionalizado espacios de exhibición conocidos como Salones de Lutería, en estos lugares se dan dos tipos de relaciones comerciales. En la primera, el lutier entrega en consignación un instrumento para que el salón actué como agente mercante, en la segunda, la más común, el salón encarga la construcción de instrumentos para revenderlos sacando un margen de rentabilidad. El salón presenta varias ventajas en su practicidad. Ahí, se pueden encontrar instrumentos ya construidos de lutieres con alta reputación, que, en caso de ser encargados directamente al lutier, pueden tomar hasta 10 años de espera. En los casos de lutieres no reconocidos, el interesado tiene la oportunidad de conocer la materialización del trabajo, ensayar el instrumento y compararlo con otros.

Los únicos sitios de promoción que se acercan a la imagen habitual de los Salones de lutería, es el recién creado Banco de Instrumentos de la Fundación Salvi y la casa comercial La Cité Musical. Los dos escenarios de exhibición y venta presentan falencias en relación a su idoneidad como solución al problema de la divulgación del trabajo del lutier en Bogotá. En el primer escenario, el Banco de Instrumentos, es una iniciativa conjunta a las actividades de los Centros de Lutería de la Fundación Salvi, que presta entre otras cosas el servicio de asesoría personalizada para compras particulares y asesoría técnica para compras institucionales de

[4] El código de la profesión es el 450101005 y las normas asociadas son las 250101051 y la 250101052. Fuente de la CNO, consultado en http://observatorio.sena.edu.co/Comportamiento/CnoDetalle?tags=5263
[5] Bajo los códigos: D-9397.015, D-8416.017 y D-8416.019

parques instrumentales. Para el caso de las compras personales, su sala de exhibición solo alberga instrumentos creados en sus talleres, lo que limita y segmenta el desarrollo de la población de lutieres en general. Esta iniciativa comercial ubicada en Cra. 17 No.39-55, en el barrio Teusaquillo, cuenta con planes de financiación por parte del Banco Bancamia. Anteriormente, la financiación se daba con el soporte del programa *Yo prospero*, de la Fundación Santo Domingo. En segundo lugar, está la casa comercial La Cité Musical, ubicada en una pequeña oficina que es a su vez sala de exhibición, en la Cra. 7 No. 63-47, dicha oficina es sucursal de su homónimo en Medellín que lleva siete años en el mercado de importaciones y comercialización. La Cité Musical presta el servicio de asesoría personalizada, pero en su gran mayoría, los objetos promocionados son instrumentos importados que no poseen la denominación de autor.

La divulgación del oficio como un campo laboral ha ido de la mano de los proyectos de formación. Tras los programas pilotos del SENA, hubo un pequeño cubrimiento periodístico que se dispersó con mayor frecuencia en medios locales sin circulación en Bogotá. Aparte de esta nota periodística, algunos reportajes que se destacan por su contenido son las notas de la revista MM, donde en el 2010 se hace un texto sobre el Maestro Alberto Paredes (Colorado, 2010) y otro en el 2013, sobre lo prometedor del oficio como proyecto industrial (MM, 2013). También, se destacan las notas periodísticas del tiempo donde Juan Gossaín habló de la inauguración de los Centros de Lutería de la Fundación Salvi (Gossaín, 2014) y, finalmente la Revista Semana en la que se hace un pequeño reportaje de las actividades del Festival de Música de Cartagena (Semana, 2017).

Entre las tareas de divulgación que compete propiamente a los lutieres, se encontraron conferencias y exhibiciones, siendo estas muy escasas en el contexto bogotano, aun teniendo en cuenta los dos lugares promocionales citados con anterioridad. Las únicas exhibiciones organológicas permanentes se encuentran en la Sala de Música de la Luis Ángel Arango y el Museo Organológico de la Universidad Nacional, siendo este último un compendio de objetos musicales de toda Colombia, sin la presencia del tipo de instrumentos que competen a este trabajo. Igualmente, otro tipo de colecciones organológicas representativas se ven reflejadas en la Casa del Marqués de San Jorge, las bodegas del Museo del Oro, o los repositorios de la Universidad de los Andes, allí se albergan objetos musicales aerófonos e idiófonos precolombinos con un interés científico, pero fuera de los intereses de este proyecto.

En las exposiciones comerciales, aun cuando suelen ser habituales en festivales de música tradicional colombiana, estos no cuentan con el tamaño y la promoción suficientes para captar a un público propio, siendo siempre un evento complementario en la programación del

festival. En general, los festivales no acontecen en la ciudad de Bogotá, por lo que sumado a su poco impacto hay que tener en cuenta que no son contemplados como actividades relevantes para las delimitaciones geográficas de esta iniciativa. Otros ejemplos de exhibiciones comerciales son las muestras ligadas al intento de consolidación de una Asociación Colombiana de Lutería, que dado a la fragilidad de la propuesta no tuvieron mayor trascendencia o reiteración periódica.

5. PROBLEMA CULTURAL

A continuación, se enuncia el problema identificado:

La lutería de arte se encuentra desarticulada del ecosistema cultural.

Con lo anterior, se hace referencia a la posición que actualmente tienen los lutieres frente a los demás actores del sector cultural como consecuencia de los parámetros institucionales, que hasta hace un tiempo habían regido el hecho de cómo era entendido el oficio. Con los cambios que se han dado en los últimos años, como la ubicación en el sector cultural y los programas de educación que se están estableciendo, la lutería asume una nueva faceta frente al entorno. Los elementos mencionados en este aparte serán tratados con mayor detalle en el diagnóstico.

5.1. Árbol de Problemas

Gráfico 1 Árbol de problemas. Salón de los Demiurgos.

5.2. Diagnóstico

Entre los factores que generan el problema antes mencionado se encuentran situaciones con una trascendencia especial, dichos factores se relacionan con el poco protagonismo que tiene la dimensión artística dentro de la concepción del oficio, la falta de referentes sociales que sustenten una visión integral y, la falta de puntos de encuentro adecuados donde los interesados puedan tener contacto con las propuestas estéticas de los lutieres. Estos factores se explican a continuación:

5.2.1. Problemas de las referencias oficiales institucionalizadas y los procesos de formación de calidad

Casi nadie pone en duda que la lutería es una actividad que requiere una maestría en técnicas y conocimientos, e igualmente, responde a un saber cultivado durante cientos de años. Aun así, esta riqueza no es contemplada en su totalidad, a causa de no contar con la estructura social suficiente que la posicione y valore correctamente en el plano de lo artístico y la creación. Evidencia de esta falencia es la óptica con que la institucionalidad ubica a la lutería en el panorama laboral, a partir de la cual toma decisiones, como es el caso del fomento o la creación de estímulos.

El organismo estatal encargado de catalogar y definir el alcance de los campos laborales en Colombia es el Observatorio Laboral y Ocupacional del SENA. Esta entidad produce periódicamente la Clasificación Nacional de Ocupaciones donde se catalogan las actividades laborales y profesiones según características como: áreas de trabajo, alcances, aptitudes y cualidades. Dichas características son definidas en normas creadas en conjunto por el Grupo de Normalización del SENA y las Mesas Sectoriales; por su parte, es el Observatorio Laboral el encargado de disponer y divulgar dicha normatividad.

En cuanto a la actividad relacionada con la lutería, se observa que desde el 2017 estas instituciones dan los primeros pasos en dirección a reconocer y valorar este oficio artístico en todo su potencial. Solo hasta agosto de dicho año se reconoce como una profesión ubicada en el área ocupacional de las artes (SENA 2017). Las concepciones que se manejaban anteriormente, lo ubicaban en áreas ocupacionales donde se veía a los lutieres como trabajadores que ejercían funciones laborales mecánicas y sin autonomía. A pesar de que las personas cercanas al oficio, como músicos profesionales o los mismos lutieres empezaron a gestar un trabajo desde la lutería de arte en Bogotá, reconociendo la complejidad y la dimensión artística del oficio, el no contar con soportes institucionales ha mantenido en un bajo perfil a este campo laboral.

Ligado a una carencia en las plataformas sociales de consolidación y socialización, también se evidencio que hasta el año 2006, no se habían puesto en marcha programas de formación con la rigurosidad y disciplina que como resultado producen lutieres con la capacidad de comprender y manipular cabalmente la materia sobre la cual plantean sus creaciones. Este tipo de programas cumplen la función social de ser un soporte y una garantía a la calidad del oficio, permitiéndole a las personas llegar a una comprensión integral del mismo. La novedad que se presenta en estas líneas educativas en la ciudad y, la poca cobertura que tienen reflejada en una capacidad de 8 alumnos cada tres años, no han logrado el impacto suficiente para transformar los sistemas de percepción que condenan al oficio a ser un elemento utilitario de otra arte.

5.2.2. Falta de espacios de divulgación adecuados

La necesidad de una correcta socialización resulta de especial importancia, dado que al ser planteados los instrumentos musicales como portadores de una carga estética ampliada y simbólica, requieren ser contextualizados al igual que cualquier otra situación interpretativa. El contexto no solo ayuda a desplegar los mecanismos de interpretación sino también el marco conceptual que define la naturaleza de lo apreciado.

Para este propósito, la tradición luteril se ha valido tradicionalmente de dos espacios: el taller del lutier y los salones de lutería. En el escenario bogotano, lo que tradicionalmente ha funcionado para la lutería de autor es el taller, es este lugar donde el lutier tiene la posibilidad de ilustrar sus técnicas de construcción, las disposiciones de maderas en su inventario y utilizar como muestra los instrumentos ya creados. Aun, cuando este escenario pareciera ideal, presenta inconvenientes debido a las dinámicas de este tipo de mercado como es el caso de la poca visualización que tienen los lutieres frente a los potenciales consumidores, las condiciones de espacio y control inherentes al taller, así mismo, los visitantes resultan ser integrantes de un círculo muy cerrado de allegados o conocidos ocasionales, esto da muestra de que la poca asiduidad del taller conlleva a que las maneras de entender el oficio y sus creaciones tengan poca divulgación.

Por otro lado, se encuentran los salones de lutería, estos son espacios que cuentan con servicios especiales de asesoría y socialización de las cualidades del instrumento y el autor, permitiendo que el visitante vea en el objeto un lenguaje creativo donde el constructor es investido con el título de autoría, lo anterior al haber sido responsable de dirigir las sutilezas de la construcción hasta un punto deseado, con pleno control del resultado y contemplando las posibilidades estéticas del sonido requerido. Como se había mencionado anteriormente, Bogotá cuenta solo con dos escenarios que contienen características similares a las de los salones de lutería. Las falencias que presentan dichos escenarios se basan en que el primero solo contempla instrumentos propios producto de procesos de formación de sus talleres y, el segundo contempla instrumentos importados. Estos condicionamientos los sacan del panorama como lugares idóneos para que la lutería de la capital posea una correcta contextualización y apreciación en toda su dimensión.

Consecuentemente con esta falencia, se expone la situación donde las tiendas regulares que venden instrumentos musicales no son una alternativa viable para el tipo de instrumentos en cuestión, ya que, según los hábitos de mercadeo de la lutería de arte, exhibirlos sin contemplar una interpretación de la obra y un interlocutor formado en la evaluación y apreciación de los objetos conlleva efectos negativos. Esto, debido a que la manera como los clientes se relacionan con los instrumentos en los Salones está orientada a crear un vínculo desde las necesidades estéticas del intérprete y no desde una inocua transacción monetaria producto de alguna estrategia publicitaria. También, existe la idea de que los objetos allí exhibidos no mantienen las mismas cualidades y calidades de los instrumentos de autor, esto conlleva a que por un lado los lutieres eviten exponer sus creaciones en estos lugares para no cargar con las connotaciones propias de los otros tipos de instrumentos y que exista una brecha

muy grande en el rango de precios manejados de un lado y el otro, quedando en desventaja el trabajo donde se paga la mano de obra especializada.

5.2.3. Baja presencia del oficio en medios masivos como las redes sociales.

En términos generales, la lutería -con sus variaciones de escritura- no es un término con una notoriedad sólida en redes sociales, según Awario desde el año 2006 sólo se han hecho un promedio de 3.000 menciones en redes sociales utilizando esta palabra, 22.5% de esas menciones han sido de manera positiva y 3.9% han sido comentarios negativos, el resto son menciones que no tiene ningún valor determinado (Awario 2018). Tanto Awario como Google Trends, nos muestran que el año en que mayor actividad ha tenido el término es en realidad en el 2018, alcanzando una media de 1.700 menciones en redes sociales y 13.4 millones de búsquedas relacionadas, sólo siendo superada en el año 2012, donde las búsquedas en Google alcanzaron la cifra 39.3 millones.

En promedio, las búsquedas relacionadas con lutería ronda las 845.6 mil acciones, siendo las más relacionadas "curso de lutería", "¿qué es la lutería?, "violín lutería", "tecnología en lutería". Por medio de la siguiente gráfica se puede apreciar que es el idioma francés donde hay más presencia del término lutería, con 45% de menciones en los últimos 10 años; por su parte, las menciones en español son sólo el 7%, siendo España, Argentina y Chile respectivamente los países donde más actividad se presenta.

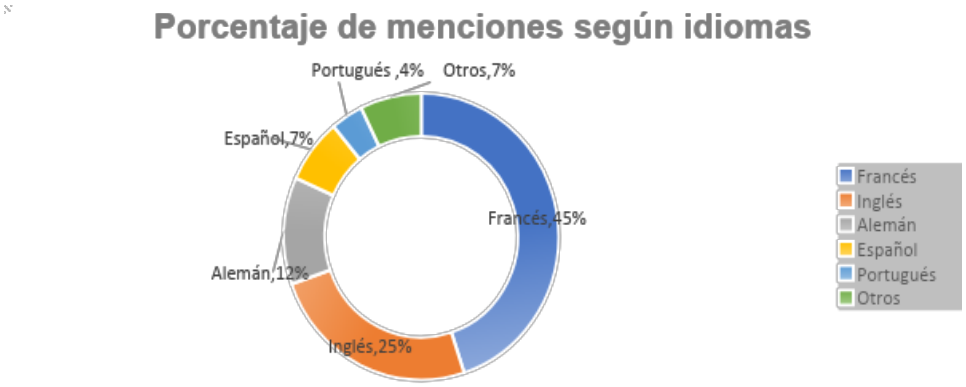

Gráfico 2. Porcentaje de mediciones de la palabra Lutería, según idiomas (Awario 2018). Salón de los Demiurgos.

A pesar de esto, el país donde más crecimiento ha tenido el tema ha sido Brasil en los últimos 2 años, alcanzando y superando a Francia; este crecimiento se observa tanto en su presencia en redes sociales como en el número de búsquedas realizadas en Google. Según los datos recolectados en la plataforma Awario, solo en Brasil se realizan 5.6% menciones en redes sociales, seguido por Francia con el 5.4% a nivel mundial, EE. UU ocupa un tercer lugar con

el 2.2%. En cuanto a las búsquedas en Brasil, la mayoría están centradas en "Lutería o que é" y en el curso profesional que ofrece la Universidad Federal de Paraná, Curso Superior de Tecnología en Lutería.

Las redes sociales donde más presencia tiene este concepto son respectivamente: Twitter con un 56.3% y YouTube con el 31.1% (que es a la vez la primera fuente de búsquedas relacionadas), Blogs de diferentes plataformas, Google+, Reddit y Facebook, esta es la última que se relaciona con la lutería. Los sitios web más importantes visitados en relación con el término son Ebay.com para la oferta-compra de instrumentos musicales, seguido por los sitios web como www.thomann.de, www.benoit-de-bretange.com, magasin.laboiteamusique.com, www.guitares-occasion.com, estas páginas son espacios de venta de instrumentos. Una de las páginas que ve otro aspecto de lutería es www.violinovermelho.com.br/blog/, un sitio web dedicado a la comunicación de contenido relacionado con el violín en lengua portuguesa, se definen como uno de los más importantes referentes de este tema en Brasil, seguido por guitarra.artepulsado.com/index.php, un portal que también tiene un gran interés por la lutería de guitarras en España.

En cuanto a la región Latinoamericana, las menciones y búsquedas que hay en Colombia respecto a la lutería son equivalentes al 0.2% colocándose por debajo de Brasil, Argentina y Chile; pero superando a países como México, Venezuela, Uruguay o Perú. La mayor parte de esta actividad se realiza en Bogotá, siendo inexistentes datos en otras regiones del país, el tema principal se relaciona con la venta de instrumentos musicales. Es aquí, donde la fundación Salvi asume su papel más importante frente al oficio, pues son ellos, casi en exclusiva quienes dan la mayor notoriedad, directa o indirectamente[6], en espacios como internet respecto al tema.

La actividad que se presenta en Colombia es poco significativa, el momento en que se realizaron mayores acciones relacionadas fue en el año 2004; cayendo gravemente en los siguientes años al punto de ser casi nula su presencia en internet. Solamente, a finales del 2008 reinició su presencia y las búsquedas en internet, pero a niveles muy bajos. Para agosto del 2018, el interés demostrado en internet respecto a la lutería marca un 1%, teniendo como tope julio del año relacionado con un 4%.

La Fundación Salvi desarrolló un hashtag durante el 2018, #centrosdeluteríaeinstrumentosdeviento, relacionado con su escuela de lutería, de la cual sólo

[6] Ya sea información que la misma Fundación Salvi ha publicado, o que otros medios han publicado sobre las actividades de la Fundación, como videos, notas o artículos.

hay dos publicaciones hechas por la misma institución. Las otras publicaciones, relacionadas con el oficio se refieren a las clínicas de mantenimiento y reparación de instrumentos en el marco del festival internacional de música de Cartagena y unos nombramientos del lutier Olialin Olarte[7].

6. JUSTIFICACIÓN

La conveniencia de este proyecto está sustentada en factores que justifican, por un lado, el incentivo a un oficio particular que se postula como un campo laboral prometedor y necesario, que merece una revaloración y reivindicación que permita un posicionamiento acorde con la naturaleza de su labor. Por otro lado, la promoción de puntos de diálogo desde las artes y otras actividades relacionadas. La lutería y las otras actividades sociales que se ven beneficiadas por ella, tienen el potencial de ser espacios en los cuales desarrollar proyectos de vida y sostenibilidad social. Y, como se explica en detalle en el marco teórico que acompaña a esta propuesta, las actividades artísticas son un eje de interacción social privilegiado que favorece el intercambio de ideas sobre los imaginarios que se desarrollan en el contexto. De este modo, la cultura y el arte como cultura expresiva, facilitan las condiciones en las cuales las personas le otorgan un sentido a su entorno a partir del cual se tejen los vínculos sociales.

6.1 Creciente interés en la profesión y potencial comercial

La pertinencia de la propuesta se evidencia en el interés que se ha demostrado por parte de los organismos públicos, privados y multilaterales en el ensanchamiento del parque instrumental, lo que le otorga a la lutería una posición estratégica. Aun, cuando el objetivo de este proyecto no es incursionar directamente en las dinámicas comerciales de la lutería, las cifras que arrojan las transacciones económicas son un referente significativo para medir la vinculación, o en este caso, el potencial, de un oficio a su entorno. En este panorama, se tienen en cuenta las adquisiciones por parte del gobierno nacional[8] destinadas a procesos llevados a cabo dentro del marco del Plan Nacional de Música para la Convivencia (PNMC), donde uno de sus nueve componentes es la dotación e infraestructura para las practicas musicales. Según un estudio realizado por Centro de investigaciones para el desarrollo de la Universidad Nacional de Colombia, entre el año 2003 y el 2008, los primeros años del Plan Nacional de Música para la Convivencia, hubo una inversión de $9.343.671.848 pesos colombianos,

[7] Olialin Olarte es especialista en la reparación y en la construcción de arcos para instrumentos de cuerda frotada
[8] En este caso, el Ministerio de cultura es el principal comprador de instrumentos musicales. Estos están destinados a proyectos orquestales en todo el territorio nacional. En el marco del PNMC y formación musical.

correspondientes a 4.860 instrumentos. Entre las fuentes de inversión se encuentran organizaciones como la Agencia Presidencial para la Acción Social, El Ministerio de Cultura, la OEI, Cooperación Internacional, entre otros (CID, 2008).

Como apoyo al PNMC, se consolidó el documento CONPES 3409 en el año 2006, que tiene dentro de sus objetivos específicos el "Ampliar y democratizar las oportunidades de acceso y de uso adecuado a instrumentos musicales y materiales pedagógicos para la práctica musical" (CONPES 3409:4). En este documento, se identifica como prioridad del Gobierno Nacional la dotación de instrumentos musicales, ya que se reconoce igualmente la carencia de instrumentos y materiales musicales de apoyo a los procesos formativos como una de las debilidades destacadas del panorama nacional (CONPES 3409:5). Según esta orientación, la dotación del parque instrumental contó en sus primeros años con recursos del Fondo de Inversiones para la Paz de la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional y, la contribución de países como China y Corea. Incluso, en las recomendaciones no hay mención de algún estímulo a la construcción de instrumentos o fomento al campo laboral en Colombia. A pesar de ser un inconveniente, lo que esto invita es a fortalecer la presencia dentro del panorama colombiano para que la producción nacional sea tenida en cuenta como fuente dotacional.

Sumado a esta inversión en dotación, también resulta interesante la actividad de importaciones particulares registradas en el 2017. Bajo los códigos arancelarios 920290, correspondiente a "guitarras, arpas y otros cordófonos" y 920210 correspondiente a "violines y otros cordófonos", según los datos reportados por la World Trade Organization, Colombia ocupó los puestos 48 y 25, correspondientemente en la lista de países que importan instrumentos musicales[9]. Las inversiones registradas en estas importaciones son, para el primer código, una cifra cercana a los $3.500.000.000, donde el 37% de estas importaciones provienen de China. Para el segundo código, una inversión superior a los $2.260.000.000, donde el 98,7% proviene de China, y el 1,1% de Rumania (ITC 2018). Teniendo en cuenta que las importaciones han sido estables en los últimos 5 años y el reducido número de lutieres de arte que ejercen en Bogotá, esta cifra resulta un aliciente para desarrollar y participar de las actividades comerciales que participan de ella.

Otro aliciente, es el hecho de que el mercado mundial de instrumentos musicales en el 2017 alcanzó una cifra de 21,3 billones de pesos y, según los datos registrados por la WTO, en

[9] El International Trade Centre (ITC) es una agencia multilateral adscrita a las Naciones Unidas (UN) en conjunción con la World Trade Organization (WTO). Este organismo cuenta con la plataforma de análisis de BigData TadeMap.org, la cual recoge estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas.

la categoría de Guitarras, arpas y otros cordófonos, Colombia solo exportó una suma de $8.000 dólares. Para el caso de violines y otros ortófonos, las exportaciones oficiales no reportan ningún movimiento (ITC 2108). Si bien es cierto que estos datos no registran las exportaciones informales, su baja cuantía, es referente de la poca participación de Colombia en el mercado mundial y, por ende, de una oportunidad de negocio por explorar.

Según lo anterior, se puede afirmar que, al promover una mejor articulación de la lutería para su entorno, se le está permitiendo al país contar con un apoyo esencial para sus ambiciones en el campo de la cultura, mientras que paralelamente se fortalecen proyectos de vida de los colombianos que incursionan en esta actividad.

6.2. Reivindicación de un oficio

Concomitantemente, otro tipo de justificación está orientada a la reivindicación de un oficio que al verse como una actividad suplementaria a la música no puede ostentar un posicionamiento conforme a la naturaleza y relevancia de sus quehaceres. Según la recientemente lanzada Política para el Fortalecimiento de los Oficios en el sector cultura (Mincultura,2018), este tipo de oficios sufren de una baja valoración y escaso reconocimiento social debido, entre otros factores, a que no se han sistematizado suficientemente los saberes, los agentes de los oficios se consideran trabajadores de bajo prestigio social, el artesano y el artista se consideran opuestos en lo relativo a las formas de trabajo y la concepción de los objetos, pero no se ha generado claridad sobre sus diferencias, se ha difundido social y políticamente una contradicción entre trabajo manual y trabajo intelectual, que hace ver el trabajo manual como inferior, se sobrevaloran los productos industriales, extranjeros y producidos en serie, la sociedad subvalora los oficios de los territorios y su importancia en la generación de sentido de pertenencia, la sociedad tiene documentación y conocimientos deficientes sobre los oficios, situación que favorece los estereotipos (Mincultura,2018: 53-54).

La puesta en marcha de un proyecto que permite generar y divulgar una información sobre una actividad que trasciende los límites de lo manual y lo intelectual, la historia y el presente, la artesanía y el arte, permitirá poner a disposición pública las valoraciones adecuadas para apreciar, comentar, consumir y disfrutar de las actividades alrededor de esta profesión. Este cambio de percepción está consagrado en la política como una necesidad para el fortalecimiento de los oficios del sector cultural.

Otras referencias del creciente interés en el oficio, que se suman al cambio en la catalogación laboral oficial de la que se habló en los antecedentes, y a la formulación de la política en cuestión, es el potencial de la lutería como campo laboral y desarrollo humano, estos

son los programas académicos que se están gestando en el seno de instituciones con una trayectoria y un reconocimiento social. El conservatorio del Tolima, una institución que lleva más de 108 años de tradición, tiene dentro de sus planes inmediatos abrir la carrera de lutería de cuerdas frotadas bajo un título con nivel Técnico Profesional. La Fundación Salvi, que viene adelantando asesorías en construcción de instrumentos desde hace diez años, igualmente, tiene el proyecto a corto plazo de ofrecer un título técnico laboral en construcción y reparación de instrumentos de cuerda pulsada, frotada e instrumentos de viento sinfónicos.

6.3. Promoción de un campo artístico

El otro campo de acción que se interviene con este proyecto, cuyos detalles y consecuencias positivas se encuentran especificadas en el marco teórico, es el de ampliar la perspectiva de la lutería fomentando su papel en la sociedad bajo la premisa de que es una actividad creativa con una dimensión artística. Las consecuencias del arte son muchas y variadas, pero todas tienen en común ser un punto referencial sobre las condiciones humanas en su contexto y en sus coyunturas históricas. Contar con estos puntos de referencia permite a las personas captar información de su hábitat sociocultural, o incluso, de otros espacios temporales y geográficos. Esta información, con todo su peso político, afectivo y estético es una información vital para las dinámicas que le dan forma a la sociedad donde vivimos. Al exponer la dimensión artística de la lutería de autor en instrumentos de cuerda en Bogotá, a través del lenguaje utilizado en otras artes, esta iniciativa plantea aprovechar el potencial de un oficio que ostenta una posición estratégica para intervenir en las dinámicas socioculturales de su contexto.

Este potencial está sustentado en su valoración como un oficio, donde la maestría y el conocimiento generarían gran parte del valor agregado de los productos, las percepciones que generen cuando sean interpretados como referentes culturales de una población o una historia. Todas estas situaciones se verían reflejadas en la construcción de identidades, en el desarrollo de los lenguajes y estilos musicales, como a su vez mercados y plazas laborales relacionadas al oficio y el enriquecimiento del parque patrimonial asociado a la música.

Como evidencia de que las dinámicas artísticas son un panorama viable, se cuenta con los informes de la Encuesta Bienal de Cultura de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. En este documento, es posible evidenciar que durante el periodo comprendido entre los meses julio-agosto del año 2015, el porcentaje de asistencia a eventos culturales que comprenden actividades de artes plásticas y visuales, refleja un 78,3 % sobre una muestra de 15.674 encuestados (Alcaldía de Bogotá – SCRD, 2015b). Esto indica una asiduidad y un

hábito de consumo considerable, lo que representa un terreno propicio donde fomentar el fortalecimiento de esta profesión. Por otro lado, en este misma se identifica que la práctica de las personas al interpretar instrumentos, cantar o componer música comprende un 61,8 % en relación con otras actividades como escribir novelas, esculpir, actuar en espectáculos, entre otras.

Es también una motivación al promover la dimensión artística el hecho de que Bogotá cuenta con una infraestructura propicia para este tipo de actividades. En la ciudad existen 46 museos de los cuales se presenta una oferta estructurada de 18 museos de artes plásticas y 11 con actividades o contenido relacionado con la música (SCRD 2015a). El 9% de los museos tiene un aforo mayor a 5.000.000, el 11% entre 1.000.000 y 5.000.000, el 37% menos de 1.000.000 y el 43% no está determinado. Estos espacios son comúnmente utilizados para actividades alternas a sus colecciones permanentes. En Colombia hay 1.195 exposiciones temporales y 227.131 visitas guiadas. También vale la pena resaltar que en el país anualmente se llevan a cabo cerca de 16.957 actividades pedagógicas (SIMCO, 2014).

7. OBJETIVOS

7.1. General

Articular la lutería de arte en las dinámicas del ecosistema cultural

7.2. Específicos

1. Diseñar un *Living-Lab* que permita el intercambio de conocimientos entre lutieres, artistas y otros actores del sector cultural, alrededor de la exploración de la lutería como campo artístico.
2. Generar una cadena de apropiación integrando el público al ecosistema cultural creado en el laboratorio.
3. Crear sistemas de difusión del conocimiento y las experiencias logradas en los laboratorios para el fortalecimiento de su integración en el ecosistema.

8. MARCO TEÓRICO

El marco teórico cuenta con varios ejes estructurantes que paralelamente nutren los enfoques utilizados y la metodología adoptada en el diseño de las actividades propuestas. Estos pilares corresponden, en primera instancia, a entender la pertinencia e importancia del arte en la sociedad, así como, la relación que hay entre arte y cultura. Posteriormente, se expondrán algunas pautas que permiten proponer el acercamiento a los instrumentos musicales desde una perspectiva artística, identificando las características inherentes al oficio y su dimensión estética. Paso seguido, correspondiendo a las dos primeras perspectivas, se ilustrará cómo se puede entender la manera en que el instrumento musical, en calidad de objeto artístico se vincula a contextos sociales. Por último, complementado la justificación del proyecto, se hablará sobre el aporte de la cultura y el arte a una dimensión especial de los procesos sociales, como es el caso de los diferentes tipos de desarrollo.

8.1 Arte, Cultura y Sociedad

A lo largo de la historia del linaje humano, la cultura con sus formas, sus experiencias y sus tecnologías, han participado activamente en la evolución de la especie humana (Cross 2007, 2012). Esto sustenta las premisas propuestas desde la psicología, la antropología y las ciencias cognitivas en las cuales se postula que la cultura es un rasgo constitutivo que tiene sus bases en la naturaleza social de la especie. En otras palabras, la música y todo lo que ella abarca como actividad cultural tiene su sustento en la biología humana (Cross 2006, 2008; Levitin 2008). Sobre esta afirmación, es necesario decantar algunos puntos. Lo primero, es que la

dicotomía entre cultura y naturaleza es totalmente inocua, puesto que la cultura es natural a lo humano. Tanto la sociedad y lo que permite a los humanos participar de la sociedad, es decir la cultura, resultan ser rasgos exógenos obtenidos gracias al proceso evolutivo y adaptativo de los homínidos. Lo segundo, es que gracias a los aportes teóricos contemporáneos, se ha facilitado el comprender a la cultura como un fenómeno adaptativo desprovisto de todo determinismo y guiado como todo proceso evolutivo, por el azar y las volátiles condiciones generadas por la interacción entre los individuos, las comunidades y su entorno. Esta perspectiva, es entonces contraria a las sesgadas interpretaciones deterministas pseudo darwinianas que se realizaron sobre los procesos evolutivos y las sociedades, donde evolución y desarrollo -sobre todo tecnológico- eran sinónimos (Richerson y Boyd 2005, 2009).

Una visión contemporánea sobre la cultura y su naturaleza evolutiva permite apreciar los fenómenos culturales entendiéndolos en su dinamismo e intencionalidad y, permite a la vez darle un sentido social a cualquier manifestación cultural. Según esta concepción, la cultura es utilitaria en cuanto ella es el mecanismo por el cual las personas entablan relaciones con su contexto. Es de esperarse que este entorno no sea netamente físico, ya que dadas las complejidades del sistema cognitivo humano, el entorno puede ser también emocional, estético, político, tecnológico, económico o de cualquier índole (Richerson y Boyd 2005; Malafouris 2013). Desde este punto, se acude a la idea de que la cultura en cualquiera de sus formas, es un comportamiento social que permite ser analizado entendiendo sus usos y funciones como registros de las intenciones humanas para actuar ante sus realidades.

En este orden de ideas, el arte es conceptualizado como cultura expresiva, entendiendo esta expresividad como un esfuerzo por hacer visible explícita o implícitamente, la condición humana. Su existencia, es el producto del dominio y diseño de técnicas por medio de las cuales se logra concretar una intención física o conceptual, que contiene las experiencias y expectativas que los humanos plantean ante su existencia y lo que los rodea. El arte debe ser apreciado entonces como un medio de comunicación que ofrece información sobre las realidades que perciben los humanos y, ante las cuales despliegan a manera de adaptación, estrategias para darle sentido a lo que nos rodea. De esta forma, las manifestaciones artísticas son actividades sociales que pueden tener un carácter político, económico, religioso, sentimental, etc., paralelamente a la percepción estética. Pero la cultura y en especial el arte no son simples vehículos para la interacción, más bien, son las formas que toman dichas interacciones (Hall, 1980). Dentro de los procesos sociales, la cultura y el arte son las materializaciones que encarnan las posiciones políticas, filosóficas y sociales cuando los individuos quieren que estas sean visualizadas para así ser identificados como actores dentro

de la sociedad en la cual participan. Por tal motivo, promover el arte es promover la posibilidad de que el humano haga un mapeo de su entorno y adquiera un punto de vista ante él.

El gestionar y promover actividades artísticas debe ser visto como una intención de activar el dinamismo de una sociedad. Según la relación intrínseca planteada anteriormente entre cultura y naturaleza, es también está la razón por la cual se asume una concepción de lo cultural donde conceptos como ecosistema, comunidad, simbiosis, exaptación y adaptación, juegan un rol fundamental, no como simples figuras retóricas, sino como elementos de análisis y gestión.

Estos términos representan elementos de análisis fácilmente objetivables. Cada lutier y actor representan individuos que en conjunto se presentan como especie o como campos laborales. La unión de especies que interactúan en un espacio conforman comunidades y finalmente, las comunidades y sus interrelaciones conforman un ecosistema; que en este caso es la ciudad de Bogotá. Este proyecto, busca poner a disposición de las comunidades artísticas bogotanas las herramientas para fortalecer las relaciones simbióticas necesarias que se requieren para que los lutieres participen coherentemente con su ecosistema. Por lo que a través del arte y de la cultura expresiva, El Salón de los Demiurgos pondrá a disposición de un público y otros actores participantes de las comunidades del arte bogotano, la información necesaria para que la lutería sea apreciada, precisamente como un comportamiento significativo cargado de significados sociales y experiencias estéticas.

Según esta perspectiva, no habría una determinada forma de actuar en sociedad, sino que los patrones de conducta y los tipos de dinámicas sociales que expongan los humanos son sólo hábitos que coyunturalmente tienen sentido, pero pueden ser debatidos y reemplazados en cualquier momento. De esta forma, el arte como forma de cultura expresiva adquiere un protagonismo especial ya que su capacidad de convocar, atraer la atención, portar significados, perdurar en el tiempo, entre otras cosas, le permite ser apreciado como una herramienta supremamente útil cuando a través de él se exhiben ideas que pueden llegar a ser detonantes de transformación social.

8.2 Arte, lutería y desarrollo

Aun cuando anteriormente se afirmó que la cultura y el arte siguen procesos adaptativos y por lo tanto evolutivos, y que esto es contrario a la concepción desarrollista tradicional, en esta propuesta no se omite la importancia de los desarrollos sociales, que, según los parámetros culturales, no solo existen, sino que son necesarios. La diferencia entre evolución y desarrollo, es que el primero es un proceso dialéctico entre los individuos y su entorno donde se busca optimizar las relaciones entre ambos. Por su parte, el desarrollo implica visualización de objetivos y caminos para alcanzarlos. Las dos ideas se entrelazan en el sentido de que las idealizaciones que hay sobre el desarrollo pueden ser vistas como estrategias adaptativas que deberían optimizar la condición humana, según las necesidades y circunstancias que se identifiquen en un panorama social. El proyecto Salón de los Demiurgos parte del principio de que la dimensión artística de la lutería es un instrumento para ahondar en los caminos propuestos por los conceptos de desarrollo que se expondrán a continuación y, paralelamente alimentarán positivamente los diálogos de los lutieres con su hábitat.

Teniendo la necesidad de fortalecer los vínculos entre los lutieres y el ecosistema cultural para optimizar las condiciones y viabilidad del oficio, esta iniciativa acude a nociones contemporáneas sobre el desarrollo como caminos a seguir para mejorar las relaciones sociales desde la cooperación y la construcción de tejido social. Para eso, el apoyo se fundamenta en los aportes de tres autores: Howard Becker, con Los Mundos Del Arte (2008), Bernardo Kliksberg con Capital Social y Cultural (1999) y Amartya Sen (1999) con la Noción de Desarrollo como Libertad. Estos aportes parten de una visión multilineal con la concepción de desarrollo, donde se aprecia que los procesos por los cuales se busca dinamizar positivamente la sociedad no son necesariamente producto de expresiones netamente económicas.

Becker, afirma que el arte como cualquier otra actividad humana, incorpora la actividad cooperativa de una serie de personas siendo entonces el resultado de una acción colectiva (Becker, 2008). Este enfoque parece encontrarse en contradicción con la tradición dominante en la sociología del arte, que normalmente toma al artista y su obra como los puntos centrales del análisis, viéndolos como fenómenos sociales. Estos acercamientos tradicionales normalmente dejan por fuera de foco las formas de organización social que los soportan, tales como redes de construcción y difusión de crítica de arte, de comercialización, de difusión, de formación, de padrinazgo, de consumo, etc.

El autor utiliza como columna vertebral de su análisis a la “red de personas cuya actividad cooperativa, organizada a través de su conocimiento conjunto de los medios

convencionales de hacer cosas, produce el tipo de trabajos artísticos que caracterizan al mundo del arte" (Becker, 2008:10). Por medio de su cooperación, la obra de arte que finalmente se aprecia, cobra existencia y perdura. Dichas formas de cooperación llegan a crear patrones de actividad colectiva, que se pueden denominar "mundos del arte". De esta manera, las prácticas colaborativas que se propiciarán a partir de la ejecución de este proyecto buscan resaltar y dar valor artístico a la lutería, generando las herramientas conceptuales para que sean la amalgama de esta red de personas y así crear al oficio su propio "mundo el arte"; independiente del de la música. En este sentido, la idea de desarrollo acogida desde Becker formula una situación donde se propende por la construcción de conceptos y estructuras sociales. Estas estructuras o comunidades tendrían la capacidad de apreciar la relevancia artística de los instrumentos musicales.

Muy ligado a este tema, Kliksberg realiza un aporte significativo a la definición de desarrollo, extrapolando la miopía del crecimiento económico. Este autor argumenta cómo el arte y la cultura no sólo aportan a la economía de un territorio, sino que pueden promover la ampliación del capital social de una población, entendiendo este último concepto como la confianza que existe entre los miembros de una sociedad. Lo anterior, conformaría un tejido social fuerte que daría como resultado un comportamiento cívico positivo y el desarrollo de una capacidad de asociatividad. Según Putman (Putman en Kliksberg 1999), el capital social es recíproco con la habilidad de generar un vínculo adecuado y cooperativo con las personas con la que se comparte unas condiciones sociales y un espacio determinado, crear una red social. Precisamente, estos factores del capital social tienen una fuerte influencia sobre el desarrollo de una población, no sólo en aspectos económicos, sino también en un crecimiento no tangible cercano a la confianza, la solidaridad, la empatía, etc. Y es que "la cultura es, asimismo, un factor decisivo de cohesión social, en ella las personas pueden reconocerse mutuamente, crecer en conjunto y desarrollar la autoestima colectiva" (Kliksberg, 1999:90). Es a este tipo de crecimiento no material y más "moral" que la cultura aporta diferenciándose de otras áreas industriales.

Por otra parte, Amartya Sen, ve al desarrollo como la consecuencia de alcanzar libertades, partiendo del principio de que no hay un solo tipo de libertad. Las libertades son varias y se relacionan entre sí, lo que implica que las condiciones de una afectan las condiciones de otra. Este es el motivo, por el cual el autor propone no buscar las maneras de lograr solo una libertad, por ejemplo, la autonomía económica, sino que hay que reforzarlas a todas para así determinar un verdadero desarrollo. Ahora bien, la unidad básica desde donde empieza la compresión de las libertades es precisamente el individuo, "por tanto, prestamos especial

atención a la expansión de las capacidades de las personas para llevar el tipo de vida que valoran y que tienen razones para valorar" (Sen, 1999:34). Estas capacidades se comprenden desde dos sitios: por un lado, sobre la agencia que tienen los lutieres frente a su posición en la sociedad, sobre las maneras de valorar su oficio y de cómo lo dan a entender. Por otra parte, las libertades de elección que ofrecen las expresiones artísticas a la comunidad, donde las personas escogen voluntariamente las expresiones que les son significativas, las representa o sencillamente les interesa. En el Salón de los Demiurgos se crearán los puentes necesarios para que los lutieres sean apreciados según como ellos se valoran, mientras se les ofrece a otros actores una opción de consumo y apreciación artística de importancia relevante.

8.3 Lutería como arte

Si la cultura y el arte son mecanismos sociales adaptativos que siguen una lógica evolutiva, es de esperar que los fenómenos presentes en estos procesos sean consecuentes con los fenómenos presentados en otros procesos evolutivos (Richerson y Boyd 2005; Malafouris 2013). Ejemplo de esto es el fenómeno de exaptación, donde algo que es logrado con un fin adaptativo, resulta ser útil con otra finalidad, que puede llegar a ser incluso más importante que la finalidad original. Tal es el caso de las plumas de los pájaros o las manos de los humanos. Para el interés del tema, los instrumentos musicales son un claro ejemplo de exaptación. Lo que en un principio fue utilizado con una funcionalidad netamente acústica, hoy en día pueden ser vistos como propuestas estéticas desde lo visual, lo táctil, o la gestualidad de su creación (Buob 2013). Según Lothaire Mabru, "el instrumento musical no debe apreciarse como un simple instrumento de música ya que él posee otras dos caras, la del objeto estético de arte y la del objeto mercadeable". Por lo tanto, no se puede reducir a ser solo un objeto funcional a la música (Mabru 1998).

Es necesario entonces resaltar de qué manera la lutería tiene la capacidad de participar en la sociedad como elemento artístico y no solo como un objeto resultado de una producción industrializada o artesanal, que cumple una labor logística en la producción de sonido. Algunos los instrumentos musicales logran por sí mismos el estatus de ser un objeto artístico. Esta categoría es especialmente evidente en aquellos objetos que son producto de la voluntad educada y cultivada de una persona consagrada a la ejecución del oficio, diferenciándose entonces de aquellos objetos que son consecuencia de cadenas de ensamblaje, donde muchos individuos intervienen en distintas etapas de su construcción sin mayor responsabilidad que cumplir operativamente una labor específica, que no es sino una fracción del producto total.

La diferencia entre los objetos de valor artístico y aquellos que difícilmente logran esta apreciación, recae no tanto por ser producidos en serie, sino por no representar una intención holística en su creación. De esta manera, la intervención de una persona en particular, por medio de sus técnicas y gestos propios es uno de los argumentos que se esgrimirán para vincular la lutería al campo de las artes. Todo tipo de arte requiere una técnica en su ejecución, y esta técnica es objeto de apreciaciones estéticas. Es decir, la técnica delegada en sus procesos de construcción es en sí una puesta en escena con un valor artístico.

Muy ligado a esto, el segundo argumento radica en que las formas exhibidas en los instrumentos musicales -contornos, volúmenes, proporciones, colores, sonidos, texturas, etc.- tras la ejecución de la tecnicidad que trasformó la materia, son el resultado de una voluntad que busca una idealización. La idealización, es entendida de esta manera como la propuesta estética por parte del lutier con base a la apreciación de las formas de la madera como objeto plástico. Y, por último, un tercer argumento propone acudir a la lutería como un lugar de encuentro y socialización de ideas, el cual es un rasgo característico de las manifestaciones artísticas. Esta capacidad de convocar y ser epicentro de opiniones, apreciaciones, valoraciones estéticas, etc. puede fácilmente verse como punto de encuentro para la interacción social.

Este proyecto no tiene el interés de negar la relación de la creación del lutier con la música, ya que el sonido logrado hace parte fundamental de la propuesta estética, pero sí pretende que se reconozcan a los instrumentos musicales como creaciones artísticas sin que tengan que estar supeditados a que su agencia social, o su vinculación al arte, se limite a ser un utensilio para otro tipo de actividades. Alfred Gell, tal vez el principal referente de la antropología del arte afirma que en la apreciación de un objeto artístico está muy comprometida la idea de placer, goce y sentido de equilibrio que genera una experiencia estética. Sobra decir que el equilibrio no es sinónimo de proporcionalidad o simetría, es más bien una noción de que lo que se aprecia tiene una manera correcta de ser. A partir de esto, se puede afirmar que el objeto artístico posee una agencia social al desempeñar una función; la función de fascinar (Gell 1998). Paralelamente a las opiniones o críticas que puedan suscitar, una de las ventajas que tiene el lenguaje artístico frente a otro tipo de lenguajes es que su capacidad de generar placer es siempre un incentivo para convocar las miradas a su alrededor.

Muy frecuentemente, este poder de fascinación está indisolublemente ligado a la perfección técnica que ha precedido su realización material. En esta línea de pensamiento, la técnica es el dominio alcanzado de una habilidad tanto motriz como conceptual -maneras de pensar-. El objeto de arte revela una “tecnología del encantamiento” (a Beune 2013), a medida que lo apreciado es producto de una técnica que se asocia con una consagración por parte del

artista a dominar su cuerpo y un lenguaje como recursos para la expresión. La técnica es entonces un punto en común para todo tipo de arte y uno de los principales objetos de la valoración estética. En el caso particular de la lutería, la apreciación estética de la técnica adquiere unas connotaciones especiales pues, aunque lo que se aprecia comúnmente es un objeto construido, para sus conocedores es el resultado de una serie de gestos. Existe el consenso general de que el gesto es el proceso que hay entre la mente del autor y la materia; el gesto es un movimiento cultivado y con una intención. En la apreciación de la lutería se ha desarrollado la idea de que el ejercicio de la actividad implica una coreografía particular, un pleno dominio del cuerpo, una conciencia enriquecida de gestos y de posturas que se llevan a la ejecución en la práctica del oficio (Buob 2013). Richard Sennet complementa esta idea al afirmar que "la práctica posee su estructura y presenta un interés intrínseco" (Sennet 2010). Los lutieres han hecho ahínco en los gestos de la fabricación elaborando una gramática de la coreografía operacional (Buob 2013).

El lutier apasionado redescubre permanentemente los efectos de sus gestos sobre la materia, lo que lleva a momentos de experiencia especiales, casi meditativos y existenciales. Un momento de desconexión con el mundo que los rodea y los conecta con otros actores en otros tiempos y otras prioridades muy diferentes a las que se viven fuera del taller. Transformar la materia es en sí un vínculo gratificante. Cuando la maestría del gesto, el utensilio, la intención y la materia se unen en un todo coherente aparece el placer. Una vez se integran la forma y la postura el gesto se hace sin reflexionar en una armonía incorporada (Buob 2013). La armonía entre el artesano y la materia imprime un estilo particular. Esta armonía ocurre cuando el artesano sabe qué pedirle a la madera sin agredirla, para ello es necesario una maestría performativa donde el gesto fluido no adquiere objeción por parte del objeto. En la Lutería, al igual que la escultura, las formas logradas en un instrumento son la evidencia de los trazos que lo hicieron nacer en una acción dada por alguien con una idealización de belleza como objetivo. Las variaciones entre los gestos de los lutieres y su respectiva consecuencia en la materia, dotan al instrumento de detalles que le dan un carácter y lo dotan de una naturaleza; una personalidad íntimamente relacionada con la personalidad del lutier.

Todo lo afirmado hasta el momento, confluye en la idea de que la apreciación de un instrumento musical, como objeto dotado de una expresividad y un valor estético, no radica exclusivamente en sus formas, sino en las intenciones humanas que dejaron como rastro dichas formas. Tanto el producto, como su sonido son tan gratificantes como la experiencia de construirlo. Batiste Buob ilustra perfectamente esta situación al hablar de la iniciación al oficio de la lutería:

> Por un asunto de herencia familiar o por una simple oportunidad, la entrada a la profesión de la lutería es hoy en día la consecuencia de una fascinación inicial. Además de la atracción por el objeto construido, o por su música, la vocación puede nacer también por la sola observación de un ballet entre el humano y la materia, tras la oportunidad de visitar un taller. Adornado con una atmosfera de olores, de sonidos y de colores la coreografía gestual cautiva independientemente del producto. La actividad artesana se inclina a las orillas de las artes vivas, como si la virtuosidad gestual se valiera por ella misma (Buob 2013: 72).

Pero la apreciación del oficio no solo se limita a las artes performativas. Las artes plásticas también sirven como perspectiva para lograr apreciar la expresividad del gesto. Lo planteado hasta el momento no quiere decir por ningún motivo que las formas no sean de valor estético. Por el contrario, lo que se afirma es que el objeto artístico posee unos puntos de apreciación en su ejecución y en su resultado, los cuales están íntimamente ligados. Al igual que las formas en una pintura o una escultura contemporánea, estas formas son vistas como evidencia de la libertad humana. Sobre esto, Tim Ingold se expresa de la siguiente manera:

> Ya sea trazada en el aire o sobre un papel, por medio de una caña o una pluma, la línea se desarrolla a partir de un punto siguiendo un movimiento que la deja libre de ir donde ella quiera, por el solo placer del movimiento. … en el recorrido que hacen los ojos se sigue el mismo camino de aquella mano (aquella voluntad) que la realizó. (Ingold 2011: 98)

El instrumento y su sonido resultante, son los trazos que el ojo, el tacto o el oído siguen como evidencia de la expresividad de la mano del lutier. De esta manera, la lutería comparte elementos con las artes plásticas. Cada línea, forma, volumen, es el resultado del gesto educado, cultivado, desarrollado y, por ende, particular al lutier. La forma se ve como una traducción espacial de una secuencia de gestos, por lo que el objeto no es en sí mismo un pedazo de materia, sino una constitución por medio de la gestión del dominio motriz del artista (Gell 1998).

Sobre el tema de la autoría hay que desarrollar otro argumento que justifica la apreciación de la lutería como una forma de arte, de cultura expresiva, que media entre distintos actores sociales. Un violín, puede ser un cúmulo de medidas y proporciones, pero cuando estas medidas son el producto de una historia, un esfuerzo humano, un proceso evolutivo, todo lo que estas formas condensan adquiere un valor estético ya que es digno de apreciación y admiración. Un buen instrumento no está completamente logrado una vez termina su construcción. Al ser un objeto vibrante, el instrumento musical se moldea constantemente madurando sus capacidades musicales y sus características físicas. También hay que tener en cuenta que los instrumentos que logran hacerse un espacio en la sociedad y perduran en el tiempo, son intervenidos a lo largo de su vida por las manos de varios lutieres que lo

acondicionan a su época, al repertorio, a las necesidades ergonómicas de sus dueños, a las condiciones climáticas de su hábitat y repara los desgastes. Es un objeto que va logrando una individualización gracias a la intervención de varios humanos y a la maduración autónoma de sus materiales. El lutier es entonces el creador de una idea que es apropiada y re contextualizada por otras personas.

Esto es de especial importancia en la fabricación de copias de modelos totémicos -Stradivarius, Guarnieri, Torres, Hauser, etc.-, En esta situación, la construcción es un continuo recomenzar que crea un campo en el que lo humano se desarrolla en una espiral donde la colectividad y la individualidad se nutren complementariamente (Buob 2013). Un instrumento es una especie de cognición compartida entre diferentes agentes (Mabru 2012) el lutier, su maestro, la escuela, sus colegas, los músicos, los coleccionistas, sus ayudantes, sus alumnos, etc. El lutier busca dominar el conocimiento que se ha recogido y avalado históricamente por un grupo selecto de maestros y un público que ha pontificado o debatido lo que estos maestros han dicho. En el caso de las innovaciones -comunes en el ámbito de las guitarras- la expresividad de una propuesta resulta ser una búsqueda por la retroalimentación y la opinión pública, o por lo menos de algún grupo particular de interés. En ambas situaciones, la lutería es un campo de interacción y construcción del ser, de una percepción ontológica con un telón de fondo. Este telón de fondo es el contexto conformado principalmente por la opinión pública.

En este punto vale la pena retomar el argumento de la lutería como propuesta estética, ya que esta puesta en escena, en relación directa con los canones que se han utilizado tradicionalmente en el oficio no debe entenderse como una actividad que replica unas necesidades de otros tiempos. Por el contrario, como afirma Bourriaud explicando las condiciones de una Estética Relacional:

> El arte es una manera de aprender a habitar el mundo, en lugar de querer construirlo según una idea preconcebida de la evolución histórica. En otras palabras, las obras ya no tienen como meta formar realidades imaginarias o utópicas, sino constituir modos de existencia o modelos de acción dentro de lo real ya existente, cualquiera que fuera la escala elegida por el artista. (Bourriaud 2008:10)

Esto significa, como se explicará a continuación, que el instrumento musical creado por un lutier de arte, tiene la capacidad de generar experiencias estéticas sustentadas en las apreciaciones activas de los espectadores actuales, teniendo como marco de referencia la relación con el contexto actual. Por su parte, las formas estandarizadas de un instrumento no deben entenderse como un arcaísmo en el diseño, sino como el epicentro de vivencias dinámicas contemporáneas en la tradición organológica que aún hoy en día recibe reconocimiento social.

8.4 Cultura material y el instrumento musical como agente social

La relevancia del arte y la lutería como arte, esta entonces soportada por la idea de que las creaciones de los lutieres proponen y convocan opiniones, participando en las dinámicas sociales de un entorno. Esta participación, vale la pena ahondar, no es pasiva, pues la cultura material es un agente social que no puede ser reducido a una inercia, sobre todo cuando se habla de prácticas y experiencias. El filósofo francés Bruno Latour afirma que "… no tiene sentido que la noción de un humano pueda separarse de lo no humano cuyos hechos se han tejido cada vez más íntimamente a lo largo de los siglos" (Latour 1994:794).

La relación entre los humanos y los objetos con los cuales interactúa ha sido un tema de estudio que recientemente ha adquirido importancia en el ámbito teórico de la historia, la antropología, la filosofía y las ciencias cognitivas (Hicks y Beaudry 2010). Los estudios sobre la cultura material tienen su germinación en los Estudios Literarios y llegan a las ciencias sociales por medio de los Estudios Culturales. La premisa es entender parte del comportamiento humano desde los condicionamientos del contexto. Los objetos permiten hacer con ellos un cierto número de cosas, más allá de lo que fueron diseñados, pero no todo tipo de cosas. En ese sentido, los objetos se contextualizan entre ellos y condicionan el comportamiento y, por ende, el pensamiento humano. De esta manera, los espacios que se utilizan en la vida pueden entenderse como puestas en escena, como escenarios, que juegan un papel fundamental en la toma de decisiones, reacciones y en general todo tipo de comportamientos socioculturales, políticos, económicos, emotivos, etc. En este punto las cuestiones sobre la pertinencia de esta perspectiva recaen sobre el tipo de relaciones que los humanos entablan con lo que los rodea y, para ello, se han identificado algunos desarrollos teóricos que dan razón de esta pertinencia y nutren la perspectiva con la cual se desarrollan las actividades de este proyecto. Entre ellos sobresalen la Teoría del Vínculo Material (Material Engagement Theory), la idea del Actor Red (Actor-Network Theory) y el acercamiento a la Estética Relacional.

Lambros Malafouris, uno de los voceros de la Teoría del Vínculo Material, indica que:

> Las cosas son mediadoras, formadoras y constitutivas de nuestras maneras de existir en el mundo y de darle sentido a este. Los objetos también reúnen a las personas y proveen canales de interacción… las cosas rodean nuestra mente, nosotros las convertimos en nosotros. (Malafouris 2013:43).

Desde esta perspectiva, los objetos que nos rodean le dan sentido a nuestra presencia participando de nuestros procesos mentales. Los cuales, entre otras cosas, generan información sobre quiénes somos, y qué, cómo, cuándo y dónde existimos.

Los objetos con los que convivimos a diario se hacen relevantes en cuanto juegan un rol de compañía emocional y elementos del intelecto. Desde lo emocional, los objetos ayudan a la gente a construir un orden material a las emociones y sentimientos que gradualmente configuran una ecología de relaciones y expectativas entre uno mismo y los otros. Los objetos encaminan y dan significado a nuestra experiencia social (Malafouris 2013:86). Lo novedoso de este análisis es que plantea que los procesos mentales, como aquellos que le dan sentido a la noción de quiénes somos y qué hacemos, utilizan una información que no necesariamente está almacenada en nuestro cerebro. Esto implica que los procesos mentales no son intracraneales y que las fuentes de información externas son en primera medida las cosas que nos rodean. “Vistos como sistemas, los procesos mentales son los mismos con información exógena y endógena. Los objetivos cognitivos se mantienen igual, solo cambia el proceso, y lo hace a un nivel social mas no del individuo” (Malafouris 2013:50).

Esta teoría, conocida como Teoría de la Mente Extendida, cuyo soporte está sustentado en los avances de otras áreas de conocimiento como las ciencias cognitivas, se opone al cognitivismo que se impuso en los años 80, donde se hace un símil con las ciencias computacionales de aquella época, al entender el cerebro como un receptor y organizador de información. Este acercamiento a la cognición humana genera problemas, en primer lugar, porque cada humano es visto como un individuo aislado y esto genera inconvenientes epistémicos al estudiar los conocimientos albergados a nivel comunidad. De hecho, en la actualidad, las tecnologías 4.0 han demostrado que los ordenadores no son un espacio para el almacenaje de información, sino un nodo en una red abierta que maneja datos conjuntamente.

En segunda instancia, una representación mental de los objetos impide apreciar correctamente el papel que juegan estos en las interacciones humanas con su entorno. Esto debido a que las cosas materiales, inmateriales, vivas o inertes, serían procesadas en el cerebro gracias a una imagen mental, una representación que se crea de ellas. Pero, los signos materiales, los objetos con significado -que deben ser vistos como enactivos o actantes-, no son sólo portadores de un mensaje de un universo social preordenado. Los signos materiales son la fuerza material que le da forma al universo social y cognitivo (Malafouris 2013: 121).

A partir de esta premisa, se puede afirmar que una guitarra no es un documento que encapsule la historia de la guitarrería o la existencia de su creador, sino un dispositivo que

permite experimentar la historia de la guitarrería y entrar en contacto directo con el autor, aun cuando este no esté presente o haya muerto hace décadas. Esto quiere decir, que el medio es el mensaje y no solo su recipiente. La información obtenida, experimentada por quien aprende a observar una guitarra, tiene un efecto inmediato que vincula un sentido de existencia de alguien con la existencia del oficio. Ya sea entendiéndolo como algo ajeno o como algo cercano, la guitarrería pasa a ser parte del contexto existencial de la persona y simultáneamente se le concede un sentido a la existencia del oficio desde la existencia del observador. Al introducir al espectador en una significación, éste posee la facultad de pensar sobre esta información, apropiándose y alterándola según su manera de entenderla; "la cultura material no solo refleja, sino que activamente construye o cambia la realidad social" (Malafouris 2013: 121). Los humanos, lejos de adaptarnos pasivamente a fuerzas sistémicas, lo que hacemos es utilizar la cultura material, los objetos que nos rodean, por mundanos que sean, como un medio para las estrategias y negociaciones con lo social.

Los aportes de Bruno Latour y John Law, entre otros autores, abogan por este tipo de agencias al proponer entender las relaciones humanas con su entorno a partir de las relaciones mismas. La teoría del Actor-Red postula el estatus de actantes, o agentes, a cada uno de los elementos que participan en las dinámicas sociales y que de cierto modo interfieren en los procesos llevados a cabo. Todas las entidades que participan en una red social sean humanas o no humanas, deben ser tratadas analíticamente con igual importancia (Latour 1994; Law 1999). La agencia de estas entidades se determina por su participación en la red y, no por lo que la antecede. Se contextualizan entre ellas, no en el sentido estructural se sumar significados, sino en la del sentido performativo de crear sentido según las condiciones que se van dando. De esta manera, todo lo que nos rodea debe ser tenido en cuenta pues pueden ser elementos críticos en la orientación del sentido. Se debe hacer a un lado las creencias preexistentes que alteren el sentido de la situación. El objeto material tiene la capacidad de comunicar algo relacionado con lo que él permite hacer o algo relacionado con la intención por la que fue creado. Aun, cuando el objeto no se utilice, la practicidad de su forma es un contenido mucho más complejo que la definición enciclopédica estructural.

La teoría del actor red y la teoría del vínculo material, se encuentran al objetivar a los procesos sociales como el elemento clave para entender las particularidades de las acciones sociales. Lo que esto conlleva al momento de diseñar proyectos bajo esta óptica es que resulta imperante contemplar actividades colectivas e interactivas para darle sostenibilidad y legitimidad al proceso. La divulgación de una información debe ser de esta manera algo

experiencial. La interacción entre los diferentes elementos, o actantes, facilita la participación en experiencias basadas en conocimientos que se construyen comunalmente.

Para efectos puntuales de la iniciativa propuesta que presenta a los instrumentos musicales - cultura material- como objetos de arte, este dinamismo experiencial entre el público y el arte presente en su entorno, es pertinente traer a colación la noción de Estética Relacional en la que la apreciación y juicio sobre por qué las cosas son como son en función a lo que pretenden ser depende siempre de una constante contextualización de las relaciones humanas alrededor de las obras. “La obra se presenta ahora como una duración por experimentar, como una apertura posible hacia un intercambio ilimitado” (Bourriaud 2008), en la medida en que su apreciación es fluctuante; no es difícil entonces pensar en una estética relacional como una situación performativa. Estas condiciones son tenidas en cuenta en la propuesta metodológica que se adopta en esta propuesta.

8.5. Arte e interacción social: estrategia de comunicación

En cuanto a la posibilidad de comunicación, el arte suele estar asociado al desarrollo de lenguajes particulares a las técnicas y los autores, así como a sistemas simbólicos propios de cada época. Según lo planteado con antelación, esta experiencia individual puede ser colectiva y está siempre relacionada con las condiciones del contexto. Para que el arte cumpla su función social, siendo un espacio de interacción, es necesario una experiencia previa con la información y las técnicas de expresión, para que pueda acontecer el fenómeno de la comunicación. Esta secuencia, conduce directamente al problema de si un artista no ha tenido la oportunidad de socializar el procedimiento por el cual él logra condensar sus ideas e intenciones, le va a ser imposible hallar un interlocutor con el cual consumar la interacción social en la que pretende actuar. Aterrizando este problema en el proyecto en cuestión, se determina la situación de una expresión artística, que, a pesar de su importancia, no cuenta con los medios para ser apreciada y percibida en toda su riqueza estética y simbólica, por lo tanto, demuestra dificultades para hallar un lugar conveniente en medio de las actividades culturales de la ciudad.

Esta posición condena a la lutería a ser un soporte técnico a la música, sin permitirle ser el catalizador de ideas y prácticas que darían forma a nuevas conversaciones entre una comunidad consumidora de arte y su entorno. Mientras la lutería no obtenga una posición adecuada en el campo cultural, estará desprovista de cualquier facultad comunicativa relevante y su identificación como posición se verá completamente supeditada a que se cuente con un trasfondo cultural que permita interpretarla como tal. Sobre el fenómeno de la interpretación

en la comunicación es necesario desarrollar algunos aspectos teóricos desde los aportes de Charles Sanders Peirce, Jean Jaques Natiez y Roy D'Andrade.

La concepción clásica de Peirce (Peirce en Nattiez 1990), eterna rival epistemológica del estructuralismo francés de Saussure, plantea que un signo es una cosa -material, inmaterial, concreta o abstracta- que en lugar de otra cosa; según su terminología, un signo está en lugar de un objeto del signo. Y, a su vez, este objeto del signo se transforma en el signo de una tercera cosa, o interpretante. Cada interpretante tiene la posibilidad de transformarse en signo, creando así una cadena de interpretantes. El aval que ha tenido esta definición clásica de signo en la actualidad es que rompe con los esquemas enciclopédicos estructuralistas ya que la cadena de interpretantes puede tomar cualquier rumbo según las particularidades vivenciales del intérprete. Es decir, una cosa puede denotar y connotar cualquier otra cosa según como se hayan configurado las relaciones en las vidas de las personas. Esto está, en buen grado, en sintonía con los aportes de las ciencias cognitivas que plantean que los humanos interpretamos y damos sentido a la información que recibimos según esquemas de pensamiento, los cuales son nubes de conceptos e ideas que se van formando culturalmente y que condicionan la contextualización de la información recibida.

Según el semiólogo y musicólogo canadiense Jean Jaquez Nattiez, lo que esto implica para la comunicación es que, si las interpretaciones dependen siempre de un contexto, pues éste es el soporte de los significados, la comunicación no debe pensarse como una acción directa entre el emisor y el receptor. Lo que ocurre, es que el emisor desde un nivel poyético -poético, creador- acude a su propio contexto para darle forma al mensaje y, el receptor desde un nivel estético -estético, perceptual- acude a su propio contexto para interpretarlo. Si el nivel poyético y el estético se han formado en condiciones similares y han compartido un bagaje cultural, lo más seguro es que el mensaje cumpla una función comunicativa. En otras palabras, si la cadena de interpretantes o, en términos actuales, el *esquemata* (D'Andrade 1993), poseen componentes en común, las posibilidades de eficacia en la operatividad de la comunicación aumentan considerablemente.

En términos prácticos, para los objetivos propuestos en el Salón de los Demiurgos, lo que esto acarrea, es pensar en que si lo que se busca es mejorar la articulación de la lutería al contexto artístico de la ciudad y, este vínculo es posible solo si hay una correcta interpretación del oficio, la estrategia no debe estar orientada a la creación de un mensaje bien estructurado, donde se hable de las cualidades y bondades de la lutería, sino más bien el generar experiencias que nutran el marco de referencia de los diferentes actores identificados. De esta manera, se les daría continuidad a los logros del proyecto pues estos no quedarían encerrados en las formas

tácitas de un mensaje, sino que tomarían vida en los elementos interpretativos de un acervo cultural, para muchos otros mensajes que entren en juego en futuras interrelaciones entre los lutieres y su comunidad. Es por esto, que se acude al lenguaje del arte en una de las actividades de socialización de los resultados de los talleres de cooperación creativa, buscando que la comunión entre los espectadores y las experiencias de los lutieres se dé a través de un compromiso vivencial. Este acercamiento también es coherente con lo argumentado en algunas líneas atrás sobre la interrelación entre cultura material y lo humano.

9. MARCO JURÍDICO E INSTITUCIONAL

9.1. Constitución Política

La constitución política colombiana, máxima ley nacional, en su artículo 26 establece que "Toda persona es libre de escoger profesión u oficio. La ley podrá exigir títulos de idoneidad. Las autoridades competentes inspeccionarán y vigilarán el ejercicio de las profesiones. Las ocupaciones, artes y oficios que no exijan formación académica son de libre ejercicio, salvo que impliquen un riesgo social". (Constitución política de Colombia (1991). Artículo 26. 2da)

9.2 Ley General de Cultura

La ley general de cultura (Ley 397 de 1997), en su artículo 1.º define la cultura como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias". En el numeral 8 del mismo artículo también menciona que "el desarrollo económico y social deberá articularse estrechamente con el desarrollo cultural, científico y tecnológico".

En el artículo 18, dicha ley señala que deberá estimularse la actividad artística y cultural, la investigación y el fortalecimiento de las expresiones culturales, mediante el establecimiento de, "bolsas de trabajo, becas, premios anuales, concursos, festivales, talleres de formación artística, apoyo a personas y grupos dedicados a actividades culturales, ferias, exposiciones, unidades móviles de divulgación cultural". Define como sujetos culturales tanto a los artistas como a las comunidades locales y expande las prácticas del campo artístico y cultural hacia "la creación, la ejecución, la experimentación, la formación y la investigación a nivel individual y colectivo" en áreas que van desde las artísticas y sus respectivas dimensiones, hasta las expresiones culturales tradicionales y el patrimonio.

9.3. Ley 1834 de 2017 (Ley Naranja)

Busca “fomentar, incentivar y proteger las industrias creativas”, entendiendo que estas se componen por aquellas 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” (Congreso de Colombia 2017).

9.4. Decreto 2120 del 2018

Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Cultura. Despacho del viceministerio de la creatividad y la economía naranja, el cual tiene entre sus funciones proponer políticas de fomento y estímulo a la creación y, articular los esfuerzos entre distintos agentes que promueven el desarrollo cultural.

9.5. Plan Nacional de Música para la Convivencia

El PNMC se creó con el propósito de organizar la política desde una visión integral del campo musical, uniendo sus dimensiones culturales y profesionales en el fomento a la formación, la creación, la dotación e infraestructura, la información e investigación, la circulación, el emprendimiento y la gestión del sector musical. Uno de los nueve componentes del PNMC es la dotación a escuelas de música.

9.6 Política de Fortalecimiento de los Oficios del Sector de la Cultura en Colombia 2018

El MinCultura, ha reconocido que ha existido una debilidad en el desarrollo de los oficios relacionado con la cultura, lo cual afecta su participación social y su crecimiento. Según la institución hay dos causas principales, la poca valorización social y política de los oficios, y el desequilibrio entre los conocimientos y el trabajo. Lo segundo, está pensado en la diferencia que existe entre los oficios aprendidos y las profesiones universitarias.

Entre los elementos que la política propone se encuentra: identificar y caracterizar los oficios, proteger aquellos que estén en riesgo de desaparecer elevando su reconocimiento y valor social, mejorar la calidad de los bienes y servicios que prestan, promover las investigaciones y la creación de conocimiento alrededor de los oficios, la consolidación de organizaciones, redes, relaciones y circuitos entre agentes, instituciones y organizaciones, para de esta manera, como lo plantea la Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales —y aplicando el concepto al caso específico de los oficios y al eslabón de producción—,

procurar la articulación de las organizaciones y los agentes que hacen parte de la cadena de apropiación con las políticas de desarrollo económico y social del Estado colombiano y, las oportunidades de inversión y asistencia técnica que ofrecen el sector privado y la cooperación internacional. Para ello se propone cuatro estrategias para alcanzar sus objetivos, primero la gestión social de los oficios del sector, la segunda, una estrategia de educación, formación y aprendizaje. La tercera, el desarrollo social, productivo e institucional y la última, promover la valorización, el fomento y el reconocimiento de dichos oficios.

9.7 Política de Turismo y Artesanías "Iniciativas conjuntas para impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.

Por medio de esta política, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo pretende fortalecer las prácticas artesanales de interés local, para lograr su adecuada articulación con las dinámicas globales.

El Ministerio entiende la importancia que tienen los bienes y servicios artesanales, no sólo para el comercio sino también para el turismo y el desarrollo económico local. Según los datos dados por el Min CIT, el sector de las artesanías representa el 15% en generación de empleo en empresas manufactureras, que son un promedio de 350.000 personas, de las cuales 13,5% se dedican al trabajo de objetos de madera (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Por tal razón, se piensa en la importancia de fortalecer el turismo y las ventajas que ofrecen los objetos artesanales. Según un reporte de la Organización Mundial del Turismo OMT, el turismo mundial tendrá un crecimiento del 4% anual continuo. En el caso de Colombia, el Banco de la República posiciona la exportación de objetos artesanales en el tercer lugar, después del petróleo y el carbón; lo cual se ve reflejado en 2.500 millones de dólares en el 2008. "La actividad creativa y comercial de los artesanos es conexa al desarrollo de la actividad turística" (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Es así, que dentro de esta política el Ministerio se propone integrar al sector del turismo con el sector artesanal, para promover un desarrollo conjunto, sostenible y responsable, e igualmente, trabajar en procura de la protección de las prácticas artesanales, el crecimiento económico, social y cultural de las comunidades.

Para ello, invitan a los artesanos a participar en los planes de actividades turísticas, fomentar la venta de los objetos artesanales por las cadenas del sector turístico, difundir las

prácticas artesanales como parte de las campañas de turismo, e impulsar sitios turísticos a partir de su vocación artesanal.

Dentro de las actividades artesanales que el Min CIT reconoce dentro de los beneficiados está la construcción de instrumentos musicales.

9.8 CONPES 3409 del 2006

Este documento CONPES titulado Lineamientos para el fortalecimiento del PNMC aprobado en el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010, busca consolidar las Escuelas Municipales de Música y promover la articulación de los actores y procesos de la actividad musical. Tiene dentro de sus objetivos el "Ampliar y democratizar las oportunidades de acceso y de uso adecuado a instrumentos musicales y materiales pedagógicos para la práctica musical", en este documento se postula a la dotación de instrumentos musicales como una prioridad establecida por el Gobierno Nacional.

9.9. CONPES 3527 de 2008

Establece la Política Nacional de Competitividad y Productividad desarrollada a partir de los cinco pilares establecidos por la Comisión Nacional de Competitividad:

"1) desarrollo de sectores o clústeres de clase mundial, 2) salto en la productividad y el empleo, 3) formalización empresarial y laboral, 4) fomento a la ciencia, la tecnología y la innovación, y 5) estrategias transversales de promoción de la competencia y la inversión".

9.10 CONPES 3659 de 2010

Explica la Política Nacional para la Promoción de las Industrias Culturales, busca aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacionales. Dicha política plantea cinco líneas estratégicas que son de gran interés e impacto para el fortalecimiento de los oficios relacionados con las artes y el patrimonio cultural, entre las que se encuentran el aprovechamiento del potencial local y de las experiencias existentes sobre el tema en Colombia.

Para contribuir al desarrollo de este sector productivo emergente, Colciencias se comprometió a incluir a las industrias culturales en las convocatorias de sus instrumentos de fomento a la investigación y a la innovación, así como apoyar, en asocio con el Ministerio de las TIC, a las industrias culturales con un alto componente de uso de nuevas tecnologías.

9.11. CONPES 3866 de 2016

Determina la Política Nacional de Desarrollo Productivo, que tiene como objetivo desarrollar "instrumentos que apunten a resolver fallas de mercado, de gobierno o de articulación a nivel de la unidad productora, de los factores de producción o del entorno competitivo, para aumentar la productividad y la diversificación del aparato productivo colombiano hacia bienes y servicios más sofisticados" (CONPES 3866 del 2016).

9.12 Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales

Establece entre sus objetivos "crear las condiciones para que las culturas puedan prosperar y mantener interacciones libremente de forma mutuamente provechosa", así como "reconocer la índole específica de las actividades y los bienes y servicios culturales en su calidad de portadores de identidad, valores y significado" (Unesco, 2005).

En su artículo 18 de la Convención queda establecido un Fondo Internacional para la Diversidad Cultural que apoya proyectos que tengan por objeto propiciar la creación de un sector cultural dinámico, principalmente a través de actividades que faciliten la introducción y/o la elaboración de políticas y estrategias que protejan y promuevan la diversidad de las expresiones culturales.

Desde 2010, el FIDC financia con más de 6 millones de dólares estadounidenses 90 proyectos en 51 países en desarrollo, los cuales cubren una amplia gama de áreas tales como el desarrollo y aplicación de políticas culturales, el fortalecimiento de las capacidades de emprendedores culturales, el mapeo de industrias culturales y la creación de nuevos modelos de negocio en las industrias culturales.

9.13 Observatorio Laboral y Ocupacional del SENA

Por medio del código 5263 se integra a la lutería en la categoría Artesanos Trabajos en Madera; a los cuales se define como identifican, transforman y dan acabado a objetos artesanales o artísticos, utilitarios o decorativos en materiales maderables con el uso de técnicas manuales y con ayuda de equipos y herramientas, incluye la elaboración de instrumentos musicales. Generalmente trabajan en sus talleres de manera independiente o son vinculados en empresas u organizaciones como instructores, operarios o evaluadores.

El 2 de agosto del 2017, es aprobado el Formato Norma Sectorial de Competencia Laboral N. 250101051 por el cual se retira a la lutería del Área Ocupacional de los operadores de máquinas de procesamiento y fabricación y ensambladores, al cual pertenecen los

ensambladores de joyas, de juegues, de bicicletas etc. Para así, ser reconocido como un oficio artesanal, en el Área Ocupacional de las ocupaciones técnicas y especializadas en arte, cultura, esparcimiento y deporte.

9.14. Bogotá Ciudad Creativa de la Música

La UNESCO nombra en el 2012 a Bogotá como la quinta ciudad Capital Musical, dentro de la Red de Ciudades Creativas de la Organización; las otras cuatro ciudades son Sevilla, Bolonia, Glasgow y Gante, siendo así Bogotá la primera fuera de Europa y primera en Latinoamérica. (UNESCO, 2012)

Este nombramiento se debe al desarrollo del sector musical en la ciudad y su importancia en América Latina como uno de los principales escenarios de la región. Bogotá es reconocida por las diferentes acciones que consolidan a la música como una de las principales actividades culturales de la ciudad; ya sea con la promoción de eventos de diferentes géneros, como los festivales al parque, la creación de escenarios con programas de creación musical, las ferias comerciales, etc. También por el constante aporte de la empresa privada y de las instituciones públicas a la música.

Bajo este nombramiento Bogotá debe promover la música como un factor de desarrollo social, económico y cultural de la nación y la región; para ello, se apoya en la Red de Ciudades Creativas. El objetivo de integrar esta red por parte de la UNESCO, es la posibilidad que los miembros puedan realizar un intercambio de conocimientos, experiencias, habilidades y tecnologías.

Por tal motivo, la Alcaldía ha definido cuatro acciones para el fortalecimiento de la ciudad en relación con el tema musical, los cuales son: la construcción del Plan Distrital de Música, la conformación del Sistema Distrital de Formación Musical, el fortalecimiento de los Circuitos Musicales Locales y la creación y la consolidación de los escenarios para la música.

Dentro de las acciones por parte de la Alcaldía, se espera integrar a los diferentes actores relacionados con la música, entre ellos los constructores de instrumentos y los Bancos Locales de Instrumentos. Aun así, no hay un plan definido por parte del distrito en el cual se pueda ver las acciones que se tomarán sobre esta población en concreto.

10. METODOLOGÍA

La iniciativa se desarrolla a través de un pensamiento heurístico que contempla la innovación a través de la integración de la lutería al ecosistema cultural, de igual manera, se destacan las tecnologías convergentes en cuanto a la creación artística, que implementan el concepto de trabajos colaborativos en campos interdisciplinarios, esto permite obtener nuevos conocimientos en variadas áreas con intereses en común.

El modelo de negocio propuesto basado en la herramienta CANVAS, permite establecer con mayor precisión quienes son los principales actores del proyecto y los recursos que se implementarán al mismo, en este caso se pretende impulsar la propuesta de valor que se trabaja desde los laboratorios y desemboca en la exposición, articulando diferentes intervenciones que le dan valor al desarrollo del producto reflejado en las obras creadas, dichas intervenciones convergen en los artistas que trabajan en la construcción de la propuesta anteriormente mencionada y, permiten que el producto final sea un producto de apropiación dada la evolución que se da durante el proceso.

Las estrategias establecidas para implementar el modelo CANVAS se basan en los siguientes lineamientos:

1. Determinar aliados potenciales que representen un interés en la propuesta de valor del proyecto.

2. Fomentar la propuesta de valor dando a conocer la importancia de la lutería y el proceso artístico que esta conlleva.

3. Impulsar las relaciones establecidas con el cliente a través de diversos canales de comunicación que permiten dar a conocer tanto el proceso establecido en los laboratorios como las obras artísticas resultantes.

4. Potenciar la articulación con instituciones públicas y privadas que generen una reproducción de la exposición y el objetivo de la misma a nivel local.

10.1. Pensamiento Heurístico

Cómo modificar las estructuras mentales y renovar el pensamiento es sin duda una de las grandes tareas del siglo XXI, a ella están dedicadas los mejores esfuerzos de la sociedad del conocimiento. Dicha sociedad se fundamenta sobre la realización sistemática y continuada de conocimiento novedoso, este puede presentarse como producción de procesos o producción de productos. Intuitivamente, puede reconocerse que en la generación de este tipo de conocimiento la imaginación desempeña un papel determinante, es en la innovación en torno a la cual se tejen y se definen ambas producciones.

El problema grueso al que responde la heurística y que al mismo tiempo la constituye, consiste en cómo renovar el pensamiento, es decir, cómo modificar las estructuras mentales adquiridas y obtener nuevas ideas. Etimológicamente, la heurística consiste en el estudio del descubrimiento y la invención, pero una invención y un descubrimiento debidos a la reflexión y no al azar. La heurística no trae ninguna consigo ninguna connotación normativa ni instrumental, sino precisamente una búsqueda de caminos en el proceso mismo de descubrimiento e invención. La heurística, usualmente propone estrategias que guían el descubrimiento, tratándose éstas de "procedimientos simples, a menudo basados en el sentido común, que se supone ofrecerán una buena solución -aunque no necesariamente la óptima- a problemas difíciles, de un modo fácil y rápido" (Maldonado, 2018: 21).

Este proyecto crea un espacio que busca trabajar desde la innovación la integración de la lutería a un ecosistema cultural, desde la exploración del campo artístico inmerso en este oficio y, encuentra en la heurística un trabajo de sinergia, no-linealidad, que a diferencia de técnicas que buscan soluciones exactas, da una mayor flexibilidad para el manejo de las características del problema.

Lo heurístico en esta propuesta emerge de los procesos esporádicos en que los lutieres estarán inmersos en el campo artístico, es decir, de la creatividad. Estos procesos no buscan estandarizar, sino por el contrario, explorar nuevas posibilidades interpretativas en el campo de las artes. De igual manera, la innovación implica la conformación de redes de conocimiento que sean al mismo tiempo flexibles y robustas, la heurística es una obra colectiva, una riqueza colectiva fundada en el conocimiento. Los intercambios se plantean desde la idea de laboratorios abiertos que reemplazan la idea de taller, una idea más conductual donde la habilidad técnica ha sido desterrada de la imaginación, los laboratorios proponen campos de conocimiento interdisciplinarios y toman el arte como camino para llamar la atención sobre el trabajo único.

10.2. Modelo de Gestión

Gráfico 3. Modelo de gestión, Salón de los Demiurgos

El modelo de gestión encierra una concepción ecológica del proyecto al contemplar la lutería como campo de acción de un ecosistema cultural. En el gráfico presentado, se pueden apreciar dos componentes, la comunidad, conformada por distintas especies que interactúan, y el contexto o hábitat cultural, en el cual se mueve la comunidad. De la interacción entre los elementos de la comunidad se nutre el hábitat, entendiéndolo no solo como un espacio físico, sino también, como la conjunción con la comunidad misma -biota y abiota[10]-. De esta interacción donde todos aportan algo propio y todos se ven beneficiados, se logra un estado de equilibrio simbiótico. El objetivo del proyecto, es facilitar y fortalecer la interacción entre los agentes para que la lutería pueda participar con todo su potencial en esta dinámica de dar y recibir. Analizando la concepción y el posicionamiento de la lutería en el campo cultural bogotano, el equipo de trabajo del Salón de los Demiurgos ha identificado que las transacciones deben ser en primera medida en el orden del conocimiento y las experiencias[11]. De esta manera, al buscar mejorar la articulación de la lutería a su ecosistema, la acción debe estar orientada a facilitar la "sinapsis" entre los elementos de la comunidad.

De las múltiples acciones encaminadas a desarrollar la propuesta, como se destaca en el marco teórico, se hace énfasis en una estrategia comunicativa que, no se enfoca solamente en la construcción de un mensaje, sino en nutrir los puntos de referencia que la comunidad

[10] Los términos Biota y Abiota corresponden a los elementos vivos e inertes de un ecosistema. A pesar de que la Abiota no corresponda a organismos vivos, su aporte es considerado intrínseco a la vida ya que normalmente representa un contexto que condiciona los modos de vida o los recursos energéticos.
[11] Revisar diagnóstico y marco teórico para una mayor ilustración

tendrá para poder interpretar eficientemente los mensajes e intenciones de las futuras interacciones. De este modo, más que solo asumir la comunicación como estrategia principal, el elemento diferenciador de esta iniciativa radica en la estrategia comunicativa desde la concepción del fenómeno de la comunicación[12]. En otras palabras, lo que busca esta estrategia comunicativa es alimentar el acervo cultural de la comunidad, para facilitar una apreciación de la lutería como actividad creativa.

Por eso mismo, se ha planteado un plan de comunicación basado en la narrativa transmedia, para que el dialogo entre los miembros del ecosistema no sea tradicional y lineal, sino que, por el contrario, se comporta de forma similar al bucle, puesto que, el mensaje no proviene de una sola dirección, sino que puede venir de diferentes partes, no se acaba, sino que se transforma, se re interpreta y alimentan el contexto de las personas. De esta forma entendemos que la comunicación tiene mayor complejidad, que no funciona como una campaña publicitaria, sino que es democrática y participativa. Para ello, se ha definido una página web que será un lugar común que facilite la comunicación transmedia entre el laboratorio y los demás actores.

Volviendo a la interpretación del gráfico del modelo de gestión, vemos que la comunidad es entonces concebida como una fuente de conocimiento, experiencias, ideas, necesidades, etc., que se amalgaman gracias a los Living Labs que se llevarán a cabo. El bucle esbozado como comunión entre los actores y agentes de la comunidad representa una interacción constante y retro alimentadora. Esta interacción no tiene un conducto unilineal, sino que, por el contrario, invita a concebir un diálogo permanente y omnidireccional. Como se afirmó con antelación, el producto de este diálogo tiene como objetivo generar una información que, no solo será puesta a disposición de la misma comunidad, sino que se utilizará como material o germen creativo para producir experiencias artísticas. Es a partir de estas expresiones, que la comunidad en especial el público neófito, podrá involucrarse con las vivencias de los lutieres y compartir con ellos la fascinación por su labor.

El motivo por el cual se convoca a toda la comunidad y no solo a los artistas, gestores y lutieres, se fundamenta en que la expresión de la lutería debe estar mediada por las necesidades y expectativas de los otros actores, y porque una construcción comunal invita a participar e identificarse como parte del sistema.

[12] Revisar en el Marco Teórico el modelo de comunicación de C. S. Peirce según J.J. Nattiez (1990).

10.3. Tecnologías convergentes para la innovación artística

Esta idea de trabajos colaborativos en campos interdisciplinarios, se trabajará desde la disciplina de las tecnologías convergentes (TC). El avance en la tecnología, en el conocimiento científico y en los modos de comunicación han complejizado el mundo de hoy; el actor social asume un papel más activo y está en constante participación en las dinámicas del mercado, lo que implica que los procesos de creación necesitan nuevas herramientas para ser innovadoras. Por ende, han surgido nuevas formas para construir conocimiento, entre ellas las TC, una metodología que ha sido aprovechada por la ciencia y la tecnología desde hace ya un tiempo; más aún, gracias a su aplicación, se han configurado nuevas áreas del conocimiento como la bioinformática, la nano medicina, entre otras. Las tecnologías convergentes se presentan al mismo tiempo, como un medio para alcanzar nuevos conocimientos, así como un método de investigación para superar las limitaciones técnicas de las ciencias y de esta forma ayudar a resolver los problemas de la actualidad.

Esto es consecuencia de que las TC nacen de la comunicación de diferentes áreas del conocimiento, que tradicionalmente parecen ser inconexas pero que han encontrado puntos de interés en los cuales pueden trabajar colaborativamente para alcanzar un objetivo común (López Campos & Martin Sánchez, 2006). Es decir, que la convergencia exige una mirada multidisciplinaria e interdisciplinaria para enfrentarse a la realidad. Por esta razón ha surgido una nueva unidad, la superinterdisciplinaridad, que es una disciplina híbrida resultante del encuentro de varias ciencias.

Las ventajas que ofrecen las tecnologías convergentes o conocimiento NBIC (Nano-Bio-Info-Cogno) han sido aprovechadas especialmente en las ciencias aplicadas, lo que significa que el arte, la cultura y las ciencias sociales no han utilizado esta metodología para su propio crecimiento. Aun así, esto no implica que no se hayan presentado experiencias previas de investigación cultural bajo la perspectiva de la NBIC, son pocos los casos. Por esta razón, es necesario que la cultura y el arte comprendan el beneficio que aporta el uso de las tecnologías convergentes, ya que ante todo "la convergencia debe ser enfocada a la resolución de problemas de impacto en las distintas áreas de aplicación" (Rodríguez Lastra, 2015), permitiendo una integración más sólida entre los diferentes actores y propuestas más pertinentes.

Precisamente Gorman y Groves, resaltan la importancia del encuentro entre diferentes disciplinas, a una escala sin precedentes, ya que por medio de esa comunicación se espera cambiar drásticamente las capacidades humanas (Groves, J., & Gorman, M. 2006). La construcción del saber y la técnica dentro de la convergencia da como resultado la mejoría a

nivel individual y sociedad del ser humano; esto entendido desde las unidades básicas de la ciencia: nano (átomo), bio (gen), info (bit), cogno (neuro). De esta forma, como resalta Ursua (2010), lo que se espera es que el entendimiento científico y el conocimiento no se den por procesos causales evolutivos o mecánicos, sino a que haya una mejoría intencionada de la humanidad y de las acciones sociales, rompiendo con las certezas tradicionales admitidas. En otras palabras, las TC buscan ante todo romper los paradigmas. Desde la perspectiva de las ciencias aplicadas, romper lo establecido, conlleva llegar a la etapa del pos-humanismo, en donde haya una hibridación de lo humano con la máquina, para qué, por ejemplo, comprendamos el desarrollo de una enfermedad y cómo superarla de forma efectiva por medio de la tecnología. Lo cual supone la participación de la antropología, la ética y la filosofía para comprender lo que implica el nuevo ser humano.

Ahora bien, en nuestro caso, esta mejoría de lo humano que pretendemos está más guiada a afectar las capacidades creativas y las técnicas artísticas, aprovechando las posibilidades que ofrecen las herramientas tecnológicas. Se busca complejizar la relación actor-actante, pero a nivel de artista-obra-público-institución, comprendido en los aspectos de una red de comunicación transmedia, por medio de una propuesta artística innovadora. Esto, rompiendo con el paradigma de la estética tradicional y apuntando a una estética relacional de la cual se habló en el marco teórico.

Para algunos autores, las convergencias aun no consiguen cumplir el cambio en los cuatro niveles (NBIC) deseados, debido a que la metodología sigue siendo muy joven y necesita esclarecer más su proceso de trabajo; para ellos las TC sólo han alcanzado la integración realmente de dos o tres unidades a la vez, dependiendo del objetivo de la investigación, por eso se habla que existen convergencias parciales y no totales (López Campos & Martin Sánchez, 2006). Por consiguiente, el proyecto y los métodos que nos hemos propuesto desarrollar tienen la oportunidad de ser un aporte a la metodología, especialmente para ser aplicadas en el desarrollo cultural, sin ser una respuesta absoluta al cómo usarla, siempre y cuando se piense en el impacto de las capacidades cognitivas, físicas y comunicativas de los participantes y en la máxima de que es importante alcanzar la superinterdisciplinaridad, por el hecho de que cada disciplina enriquece a las otras.

Llegando a este punto, es importante entender que cada disciplina se comporta como una cultura particular, que tiene unos conocimientos (ciencia), unas técnicas (tecnologías), un lenguaje y un entendimiento de la realidad que pueden variar de otras. Una correcta comunicación, que conlleve un intercambio de esas culturas, implica un aceleramiento de la innovación, en lo que se denomina una co-creación innovadora.

Al fin y al cabo, la innovación hoy en día es un factor diferenciador e indispensable para el éxito de un proyecto. Por eso, la propuesta busca herramientas que ayuden a que la innovación no sólo se quede en una intención, sino a que realmente se alcance. Para ello se plantea que las TC se desarrollen en un laboratorio creativo, un espacio físico adecuado para la co-creación, que sin embargo no se puede limitar solamente a un intercambio interno, también se espera apuntar a un *open innovation*, que exige la participación de agentes externos, el cliente y el público. A causa de esto, la metodología superior es heurística, considerando que no hay un camino lineal que resuelva el problema planteado, sino que, por el contrario, puede haber varios caminos que ofrecen alternativas que aportan al descubrimiento de la invención.

Ahora bien, ¿cómo lograr realmente la convergencia? En el texto de Michael Gorman y James Groves, *Collaboration on converging technologies: education and practice,* describen algunos elementos para tener en cuenta en el momento de platear un proyecto de tecnologías convergentes. Como se había resaltado anteriormente, cada disciplina tiene un lenguaje, unos conocimientos y unas técnicas que la diferencia de otras, como consecuencia, en el momento del encuentro entre disciplinas, cada una de ellas reconocen que también sus objetivos y perspectivas difieren, aún sobre el mismo tema. A esto se le denomina la inconmensurabilidad (Groves, J., & Gorman, M. 2006).

Para superar estas fronteras epistemológicas, los autores argumentan que para que los diferentes participantes de la convergencia logren la integración de conocimientos, es necesario plantear unos objetivos superiores que demuestren la importancia de combinar recursos y esfuerzos para cumplirlos (Groves & Gorman, 2006:73). Por consiguiente, no es suficiente con que los participantes posean unos conocimientos científicos, también se necesita una actitud frente al aprendizaje, aquellos que sean parte de las TC no deben considerar que hay conocimientos superiores e inferiores, y mucho menos deben buscar sólo el beneficio particular. De manera, la tecnología asume un papel indispensable, se vuelve un medio para la integración de las perspectivas y de los conocimientos, tanto por sus facilidades para crear puentes de comunicación superando los obstáculos que tradicionalmente han evitado el encuentro de los saberes, como por las posibilidades que ofrecen en el desarrollo de las capacidades humanas; Ursua afirma que este segundo aporte de la tecnología es el camino al pos-humanismo y a la *optimización humana* (Ursua, 2010).

¿Cómo relacionar un aspecto que parece más de ciencia a un proyecto cultural? El mismo Ursua también ofrece una respuesta, bajo una perspectiva más social y menos tecno-científica. El objetivo superior, orientación o visión que se presenta como la causa unificadora en la convergencia "debería estar fundamentada, sin duda, en la perspectiva social enfocada a

la cohesión social y a la justicia distributiva como marco de la elección social" (Ursua, 2010: 320). En otras palabras, ese gran objetivo se puede entender como la oportunidad que ofrecen las TC al desarrollo (económico, social, cultural, humano, cognitivo, etc.) tanto a nivel individual como social; a esto se le ha llamado el Agente Integrador. De esta forma, se pretende dinamizar las posibilidades de los participantes para mejorar sus condiciones contextuales a diferentes niveles; se centra en la lutería como un punto de partida y por su condición en el ecosistema que se plantea. Aunque el impacto debe ser mayor, ya sea directo o indirecto, en todos los participantes.

Por otra parte, para superar la inconmensurabilidad no es suficiente con el agente integrador, también es necesario definir un *trading zone* o zona de negociación. Esta zona implica crear un lenguaje común y simple, que ayude al entendimiento entre las partes; de ahí la importancia de la tecnología, ya que ella ofrece las posibilidades de un lenguaje más generalizado, adicionalmente es un canal por el cual se puede aumentar el rango de interacción gracias a su multiplataformidad. Sumando a esto, se entiende que este *trading zone* no sólo se debe limitar a un aspecto del lenguaje, sino a una locación física que permite la interacción, la participación y la creatividad. Finalmente, lo que se espera con esta zona de negociación no es sólo facilitar la comunicación de las diferentes áreas del conocimiento, sino también promover la capacidad de entender las perspectivas de los demás, que están influenciadas por diferentes aspectos (sociales, económicos, psicológicos, etc.). Por ende, no se puede afirmar que haya una única verdad, sino que por el contrario es importante escuchar verdades alternativas. No obstante, Groves y Gorman tampoco consideran que todas las perspectivas deben ser tratadas de la misma forma, pero si escuchadas, para así poder encontrar una alternativa mejor a las originales (Groves & Gorman, 2006: 80).

Por más que las TC han sido utilizadas desde hace unos años por las ciencias, no existe un proceso definido para la aplicación de la metodología que ayude a entender cómo realmente lograr el intercambio entre diferentes conocimientos. De igual forma, esperar que personas que no han trabajado bajo esta perspectiva logren esta comunicación abierta en un primer momento, sin un camino que les permitan llegar a esta zona de negociación, sería un error del planteamiento. Para ello se ha basado el laboratorio creativo en las propuestas de Groves y Gorman, de esta forma se define la ruta que permita conseguir la verdadera interacción entre los lutieres, artistas, gestores, científicos sociales, clientes y prosumidor. Ese camino está definido por mecanismos de co-creación utilizados en las industrias tradicionales, en lo que Steen y su grupo de trabajo, han denominado *Human-Centred Design* o Diseño Centrado en el Humano. Estos aspectos se profundizan en la Ruta del Laboratorio.

10.4. La Ruta del Laboratorio

Para cumplir con los objetivos planteados en el proyecto, se ha concertado que la alternativa más adecuada, siguiendo la perspectiva del pensamiento heurístico y las tecnologías convergentes, es un Laboratorio Creativo. Los laboratorios son espacios físicos adecuados para que equipos de personas trabajen en el cumplimiento de unas metas determinadas, por ello, ahí se puede investigar, experimentar, discutir, replantear formulaciones, que den como resultado un "bien" científico (normalmente en áreas como la medicina, la física, la química) o lo tecnológico. Son espacios controlados donde se comprenden y examinan los factores que afectan el proceso de investigación o invención; además es normativo, se cumplen protocolos, fases y una reglamentación que permitan el adecuado desarrollo de la investigación.

En este caso, el laboratorio no sólo está pensado como un lugar para la investigación y la experimentación, sino también para ser la zona de negociación que fomente el intercambio de conocimientos, perspectivas, técnicas, capaces de promover una mirada reflexiva sobre la creatividad y la interacción, para así poder realmente alcanzar una práctica de innovación. Por tal motivo, se considera importante establecer unos puntos claves que ayuden a la normatividad y al control del laboratorio sin que esto implique una pérdida de autonomía, libertad o límite de la creatividad y la comunicación de los participantes. Además, está planteado para ser un espacio adecuado para el aprendizaje, inspirador, relajante, las cuales son características que promueven las mejores actitudes en las personas.

Por consiguiente, en la Ruta de Laboratorio, que es el documento base para el adecuado funcionamiento, se definen aspectos como las metas del laboratorio, el perfil de los participantes, los principios, la descripción del espacio, los métodos de trabajo y las fases de este, junto con los resultados esperados. Todos estos elementos permiten medir el proceso de innovación, incentivar la participación y evaluar los resultados obtenidos al final del laboratorio. Cada uno de estos aspectos son importantes, pues en conjunto permiten garantizar el buen funcionamiento del proyecto.

10.4.1 Metas del Laboratorio

- Integrar a los lutieres dentro de un ecosistema-simbiótico artístico.
- Establecer una red de colaboración entre diferentes actores del sector cultural (artistas-gestores-investigadores-público-instituciones).
- El intercambio de conocimientos de diferentes perspectivas u oficios.
- Sensibilizar a la red alrededor de la capacidad artística que puede ofrecer la lutería.
- Dinamizar la cultura con las posibilidades ofrecidas por el entorno.

- Aprovechar las ventajas que da la tecnología para encontrar el camino de trabajo más adecuado que permita llevar las obras a la vanguardia artística.

Las metas aquí propuestas están proyectadas bajo la metodología escogida y los objetivos del proyecto. La principal es tomar a la lutería como una materia prima con la cual se pueda experimentar y proponer nuevos mecanismos que permitan reconocer de ella la totalidad de sus capacidades. De esta forma, alimentar el contexto cultural al que las personas recurren, para que después sea más fácil el entendimiento del rastro material que dejan los lutieres con su trabajo, esto bajo el modelo de comunicación expuesto de Peirce .

10.4.2. Principios del laboratorio

- Agente integrador: Los miembros del laboratorio comparten una visión y trabajan por ella.
- Interrelación: Participación activa y permanente en conjunto.
- Cooperación y comunicación asertiva: No hay verdades absolutas. No hay jerarquías, nadie está por encima de nadie.
- Mente tecnológica: La tecnología es importante en todos los procesos del laboratorio, tanto en la comunicación, la creación y en la interacción con los otros participantes.

10.4.3. Perfil del participante

- Los participantes deben ser personas que conozcan y dominen una técnica de investigación y/o creación.
- Tener un portafolio de trabajo, que demuestra el permanente esfuerzo por producir conocimiento.
- Estar interesados en procesos de co-creación.
- Aptitud para trabajar con herramientas tecnológicas.
- Responsabilidad y compromiso.
- Disposición para asimilar nuevos conocimientos.

10.4.4. El espacio de trabajo

El laboratorio será un espacio adecuado para el trabajo en conjunto, para el desarrollo de la creatividad, amigable y motivador para todos. Por ese motivo, se ha definido el Coworker El Nido, como la locación más adecuada para realizar las actividades de co-creación. Una casa ubicada al norte de la ciudad, en el sector de Cedritos, con una ambientación agradable, cómoda y amplia, que facilita la comunicación y la participación de las personas en el sitio.

Por otro lado, para la selección del lugar se tuvo en cuenta una fuerte conexión con la naturaleza, que permita la inspiración, el esparcimiento y el descanso. El Nido no sólo posee estos espacios al interior de la casa, sino que también se ubica al frente de un gran parque, que extrae al lugar de estar ubicado en una ciudad con situaciones que puedan ser distractoras.

Así mismo, visualmente también debe ser atractivo, para despertar la curiosidad del prosumidor, lograr atraer su atención e incitarlo a participar constantemente del proceso del laboratorio y del diseño de las obras que se construyan. Por eso, el laboratorio no puede ser una oficina tradicional, debe romper con el esquema del lugar de trabajo y ser transformador en la relación de lo humano con la creación. Todos los elementos que ofrece El Nido aportan para construir la zona de negociación tan necesaria en el desarrollo de la metodología.

10.4.5. Métodos de trabajo

La inconmensurabilidad, ha sido una limitante en el encuentro de las ciencias dentro de la convergencia, por eso mismo, no se puede esperar que unos participantes que no han tenido la experiencia previa de realizar una verdadera comunicación interdisciplinaria lo logren espontáneamente, cuando en su cotidianidad aún existen brechas amplias de desarticulación dentro del ecosistema.

Por eso, para lograr la simbiosis que se propone, se encuentran las bases en métodos de co-creación utilizados en la industria, especialmente aquellos que han sido denominados como Human-Centred Design (HCD); de este modo se considera que es posible guiar realmente una convergencia en open-innovation, esto conlleva a que el papel del usuario sea repensado. Anteriormente el usuario, público o cliente, al cual se le denomina consumidor, era visto como un sujeto-objeto, al cual se le ofrecen bienes y servicios para satisfacer lo que se consideran son sus necesidades, esto sin hacerlos partes del proceso de creación o de validación. Pero todo ha cambiado con la entrada de las tecnologías de la comunicación, el papel que juega el consumir ya no es pasivo, sino que asume una actitud mucho más activa.

A este nuevo usuario, cliente, se le considera un prosumidor, ya que “no se limita a ‘consumir’ un producto, participa en el proceso de la elaboración o expansión de los diferentes productos que integran el proyecto” (Rodríguez Lastra, 2015: 57), esto debido a que el prosumidor utiliza las diferentes plataformas para aportar al proceso comunicativo de un bien o servicio en diferentes niveles; por eso Ana María Rodríguez muestra la clasificación que Gary Hayes ha hecho sobre este nuevo actor (Rodríguez Lastra, 2015): el actor pasivo o consumidor, el distribuidor que comparte información que considera relevante a su círculo, el

crítico que ofrece opiniones públicas, el editor que utiliza lo creado por otros, para hacer sus propias ediciones o mezclas y finalmente el creador, que genera contenido original.

Por consiguiente, la relación con el público es mucho más compleja que antes, considerar que los "expertos" saben con exactitud qué es lo que desean, sería una limitación. Para ello, es fundamental utilizar los HCD, ya que se establece un espacio para la creación y la validación multi-contextual, lo que significa que la relación organización-individuo deja de ser vertical, para ser horizontal y constante.

¿Qué características tienen los métodos HCD? Marc Steen y su grupo de trabajo, definen cuatro principalmente: primero, la participación del usuario para conocer sus preferencias. Segundo, una relación apropiada entre las funciones del usuario y la tecnología. Tercero, la participación en el proceso de diseño y evaluación, y cuarto, el enfoque multidisciplinario (Klok, Kuijt-Evers, & Steen, 2007: 2). Precisamente, estos elementos de los HCD se sintonizan con la visión que tienen las tecnologías convergentes debido a que comparten elementos de definición.

Klok ,Kuijt y Steen (2007), también consideran que una de las grandes ventajas que ofrecen los HCD es que funcionan en un doble sentido, por una parte, son métodos en el diseño de bienes y servicios innovadores y por otro, son pensados como una táctica de estudio de mercado, debido a que permiten conocer los deseos del público; esto permite hacer una evaluación del mercado altamente confiable, pues reduce los riesgos comerciales, por el hecho de comprobar desde antes el interés del público en lo producido y por crear una *cadena de apropiación*. La cadena de apropiación significa, que el resultado final es apreciado como propio por el prosumidor, por el hecho de haber participado en su diseño, este valor que va más allá del uso o de lo económico. Sintetizando, los efectos positivos del HCD se ven en la calidad de la investigación, en la velocidad de esta y en el proceso de diseño.

Por supuesto, no todo es positivo en los HCD. También hay condiciones que son necesarias tener en cuenta para evitar que sucedan, debido a que pueden ser contraproducentes, especialmente tres: en primer lugar, como estos métodos aprovechan las experiencias y los conocimientos del público para la creación, el diseño podría reproducir bienes y servicios con los cuales los usuarios ya estén familiarizados, ahí no habría innovación. Segundo, si se trabaja con una sola especie de caracterización, puede suceder que el resultado propuesto sólo responda a las necesidades de unos pocos. Tercero, si se da más prioridad al público, se puede limitar las habilidades y visión del diseñador. De ahí, que todas las perspectivas deben ser consideradas en el proceso de diseño, pero no todas deben ser tratadas de igual forma, esa es la importancia

de trabajar con un grupo interdisciplinario que tenga unos conocimientos definidos y que dominen unas técnicas determinadas.

De los diferentes métodos que hay para las HCD se han determinado tres para realizar el proceso de intercambio de información, pasando por uno simple y de enfoque más tradicional, hasta llegar al más reciente y complejo. Estos tres métodos son: el diseño contextual, el diseño participativo y el Living Lab.

10.4.6 Diseño contextual

Para Klok, Kuijt y Steen (2007), este método de trabajo es la evolución de la etnografía investigativa, ya que su principal objetivo es ir a conocer a las personas en su contexto natural y a partir de la información recolectada proponer el diseño. Karen Holtzblatt, da más herramientas para entender cómo funciona el diseño contextual. Para ella, este modo de trabajo tiene dos momentos; el primero, cuando el diseñador recolecta datos en una relación uno a uno con las personas. El segundo, cuando se realizan las sesiones de discusión, donde se da el intercambio de la información obtenida entre los diseñadores (Holtzblatt, 2001).

En esa primera etapa, los diseñadores asumen un papel de investigador, preguntándose cosas como, ¿qué hace esta persona? ¿cómo se comunica? ¿qué papel tiene el contexto en su trabajo? ¿qué usa? ¿dónde trabaja? ¿cómo es físicamente ese sitio? Con el fin de comprender e interpretar a las personas con las que se trabaja. Por una parte, se pueden realizar entrevistas para conocer las perspectivas de la persona, y a su vez, observaciones que permita obtener detalles de las motivaciones y los modos de actuar del sujeto.

En la segunda etapa, los investigadores acuerdan sesiones de discusión que les permita intercambiar sus interpretaciones, de esa forma, todos los miembros conocen las percepciones de cada uno respecto a los datos obtenidos, comparten ideas, se reconocen las limitaciones y se crean los primeros bocetos para el resultado final. Holtzblatt (2001), advierte que es común que las personas que participan de la investigación no tengan realmente los conocimientos y las habilidades para desarrollar correctamente las herramientas investigativas, o en ocasiones puede no ser minucioso con las observaciones, consiguiendo solo datos de la superficie. Para evitar que esto suceda, parte de los miembros del ecosistema que se han definido son investigadores sociales, que precisamente podrán intercambiar con los otros participantes los conocimientos necesarios para poder aprovechar esta herramienta correctamente.

10.4.7. Diseño participativo

El primer cambio que hay en este método respecto al contextual es el carácter democrático y ético que tiene, "el diseño participativo consiste en brindar a las personas que utilizan un sistema, una voz en el proceso de diseño, evaluación e implementación del sistema "(Klok, Kuijt-Evers, & Steen, 2007). De modo que, por medio de métodos como este se logra superar esa figura del público como un sujeto-objeto, para insertarlo en la creación. Por tal motivo, el consumidor empieza ser considerado como un experto, con unas habilidades y conocimientos que aportan al proceso.

El objetivo, dicen Klok, Kuijt y Steen (2007), es promover la creación conjunta de bienes o servicios que realmente favorezcan al usuario final. En ese sentido, Elizabeth Sanders (2000) define al diseño participativo como un movimiento postdesign, ya que no sólo debe ser visto como un plan de diseño, sino como un cambio de mentalidad y de actitud frente al usuario; lo importante es comprender que todos tienen algo que decir, siempre y cuando se les ofrezca las condiciones adecuadas para hacerlo.

Este cambio de perspectiva, es consecuencia de que el usuario no es el mismo de antes, por ello el mercado se comporta de forma diferente y hay que comprender que hoy en día las reglas ya no las dictan las empresas sino las redes, en donde los usuarios obtienen lo que quieren, cuando lo quieren y como lo quieren (Sanders, 2000). De manera que, el diseño participativo tiene que centrarse en las experiencias (pasadas, actuales y potenciales), en la información e ideas que el prosumidor puede brindar al diseño. No obstante, no habrá un resultado definitivo, sino la posibilidad de experimentar con lo que sea ha propuesto.

Para lo cual, se debe escuchar las opiniones y los conocimientos, interpretar expresiones e inferir sus pensamientos, observar lo que hacen, lo que usan, entender los sentimientos y los deseos. De forma que, se obtenga 4 niveles de información, lo explícito -lo que dicen-, lo observable, lo implícito y lo latente; con todo ello, se genera una empatía entre los participantes. Es aquí donde entran a jugar un papel importante las posibilidades tecnológicas y artísticas, ya que por medio de ellas se pueden promover los espacios adecuados para el intercambio de esos 4 niveles de información que deben ser continuos y democráticos.

10.4.8. Living Lab:

Mats Eriksson, Seija Kulki y Karl Hribernik (2006), precisan que esta forma de trabajo es una respuesta a las condiciones contextuales del diseño, pues la falta de tiempo, el estrés, etc., son aspectos negativos para un proceso creativo. Por eso, es necesario encaminar las

capacidades de la tecnología, para que estén enfocadas a verdaderos procesos de innovación; que en ocasiones por no tener en cuenta el dinamismo de la vida real, en la cual se ve envuelto el prosumidor, se rompe la cadena de innovación.

De ahí que, se diferencie entre *proceso de desarrollo*, el cual es el fruto de darle algo ya resuelto al usuario, consecuencia de tres problemas básicamente, que no haya un grado óptimo de interacción, que los actores no sean los adecuados para el proceso de innovación o porque la organización dependa de actores ya conocidos y no permita la entrada de unos nuevos. Mientras que, en el *sistema de innovación,* que tiene mayor complejidad, se resuelven las verdaderas necesidades del usuario, pero no con opciones ya definidas, sino que es por medio de herramientas que les permitan a ellos configurar, combinar e intervenir en el diseño.

Por tanto, para poder completar el sistema de innovación es necesario la integración de personas con diferentes antecedentes y contextos, diferentes perspectivas y diferentes conocimientos. La innovación tiene que venir del humano, de situaciones reales a las que se enfrenta cotidianamente. Porque que a pesar del contexto global que ofrecen las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), los mundos de las personas siguen siendo locales, al igual que muchos de sus experiencias y, por eso los bienes o servicios que se les ofrezcan tienen que están enfocado a resolver a esas situaciones múltiples y en constante evolución (Eriksson, Hribernik, Kulkki, & Niitamo, 2006).

Aunque pareciera que el Living Lab es similar al diseño participativo, su complejidad va más allá de la actitud de los participantes; y si bien en el anterior modo de trabajo se tienen en cuenta las herramientas tecnológicas para la generación de empatía, aquí es indispensable el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, las TIC, para desplegar las posibilidades de la interrelación al involucrar a más actores. Otra de las diferencias que tiene el Living Lab con el diseño participativo, es que en este no sólo se piensa como un enfoque de trabajo, sino también como un entorno adecuado para la creatividad.

En el 2009, investigadores de la universidad de Luleå y Halmstad, ambas en Suecia, definieron los componentes que debe tener un espacio pensado para el adecuado desarrollo de un Living Lab (Eriksson, Kåreborn, Lund, & Ståhlbröst, 2009):

- La infraestructura y las TIC. Son los mecanismos para facilitar la comunicación, la cooperación y la co-creación entre los participantes.
- La administración. Los aspectos organizacionales y las políticas que administran el laboratorio.

- Los usuarios y los socios. Aquellos que aportan el conocimiento y las experiencias, que permitan el intercambio de información para aplicarlos en la innovación.
- La investigación. Es el proceso de aprendizaje y reflexión que debe dar como resultado el crecimiento de las técnicas y las teorías.
- El enfoque. Las prácticas que se dan en el laboratorio.

De igual forma definen los principios por los cuales se deben regir los Living Lab:

- Apertura. Para alcanzarla es necesario contar con participantes de diferentes características, conocimientos y experiencias, que tengan una mentalidad abierta que les permita la transferencia de conocimientos tanto a nivel individual como colectivo. Antes de comenzar el laboratorio se debe conocer el nivel de apertura de los participantes.
- Influencia. Al trabajar con un grupo de personas heterogéneo, es importante que cada uno reconozca a los otros participantes como socios activos, expertos y competentes en sus propios conocimientos. Por eso la organización debe responder a tres preguntas ¿Quién? – a quienes se debe involucrar - ¿Cómo? – la participación y los niveles - y ¿por qué? – porque hay un carácter técnico, en donde la participación calificada contribuye a la alta calidad y a la aceptación del producto; y porque hay un carácter político, que es el derecho moral a influir en las decisiones que puedan llegar afectar sus vidas y profesiones. Existe el compromiso de hacer un seguimiento de la participación en las actividades propuestas.
- Realismo. Aquello que se proponga debe tener una interconexión con el mundo real y sus homólogos virtuales, en otras palabras, debe responder a las dinámicas de las personas, para así tener una validez en los usuarios finales. Ello implica interpretación de la cosmovisión de ese mundo.
- Valor. Lo ideal es crear un valor que vaya más allá del económico o comercial, un valor generado por el proceso de co-creación, que debe nacer del prosumidor en sí mismo, al considerar su participación en el diseño.
- Sostenibilidad. La viabilidad del laboratorio y la responsabilidad con la comunidad. Para ello es importante articularse con las redes relacionadas, crear una confianza con los actores, para su duración en el tiempo.

Es bajo los elementos descritos del Living Lab que se han tomado como base principalmente para definir la ruta del laboratorio. El objetivo es utilizar estos tres métodos de

trabajo, como un proceso evolutivo, que lleve de lo simple a lo complejo, para lograr la interrelación entre los actores que permita una innovación real como resultado.

10.4.9. Fases del laboratorio

Las TC tienen según Groves y Gorman (2006), tres estados de desarrollo, que pueden ser vistas en un proceso evolutivo hasta llegar a la convergencia, en las cuales varían la integración de los participantes y la capacidad de intercambio de conocimientos. Estos son:

a) Zona de negociación de arriba hacia abajo: En este primer estado, hay un actor jerárquico que pone las condiciones, por eso aún no se puede hablar de integración y se debe pasar a un estado donde haya un entendimiento mutuo, para concretar unos acuerdos básicos entre los participantes.

b) Zona de negociación relativamente igualitaria: En este estado los participantes buscan alinear sus intereses para encontrar, lo que hemos denominado, el agente integrador, la visión compartida que incitara a la co-creación. Aun así, no es una convergencia, pues los participantes trabajan desde los límites que les permiten sus propias áreas de conocimiento, presentando sus percepciones y expectativas y conociendo la de los demás.

c) Zona de modelo mental compartido: En este último estado los participantes comparten el agente integrador, están motivados ya que no hay jerarquías o rigidez que limite sus posibilidades. Sigue existiendo la división de las responsabilidades, pero todos son capaces de compartir la información, unificándose como una gran mente, dando sentido a los esfuerzos y ofreciendo viabilidad al proyecto. En este momento se alcanza una verdadera convergencia tecnológica.

Groves y Gorman (2006), además definen tres niveles en los que se comparten las perspectivas y conocimientos, que irían en concordancia con los estados anteriormente expuestos:

a) El primero donde no existe el “compartir” y que se relaciona con la Zona de negociación de arriba hacia abajo, esto debido a que ese actor jerárquico organiza las interacciones y los otros actores siguen las indicaciones. Aquí, cada participante da su punto de vista, sin que en realidad haya un proceso de compartir conocimiento. Sólo el actor jerárquico comprende en este caso el papel que juega cada uno de los participantes.

b) El nivel de interacción, se presenta cuando se ofrecen las condiciones adecuadas para la comunicación, como resultado se da un intercambio de los lenguajes y de los conceptos que tiene cada área de conocimiento dentro del trabajo. En este caso el actor jerárquico, se

convierte en un agente facilitador que ayuda ofreciendo las herramientas necesarias, pues tiene la capacidad de comunicarse con todos.

c) En el nivel de contribución, los participantes logran aprender lo suficiente de los demás para realizar aportes originales, lo cual conlleva consigo el proceso de innovación y de la convergencia. Es en este nivel donde la participación tiene que ser más activa, constante y adecuada.

Teniendo en cuenta estos dos aspectos, los estados y los niveles, se han definido las etapas del laboratorio con las herramientas que se consideran las más adecuadas para alcanzar los objetivos propuestos.

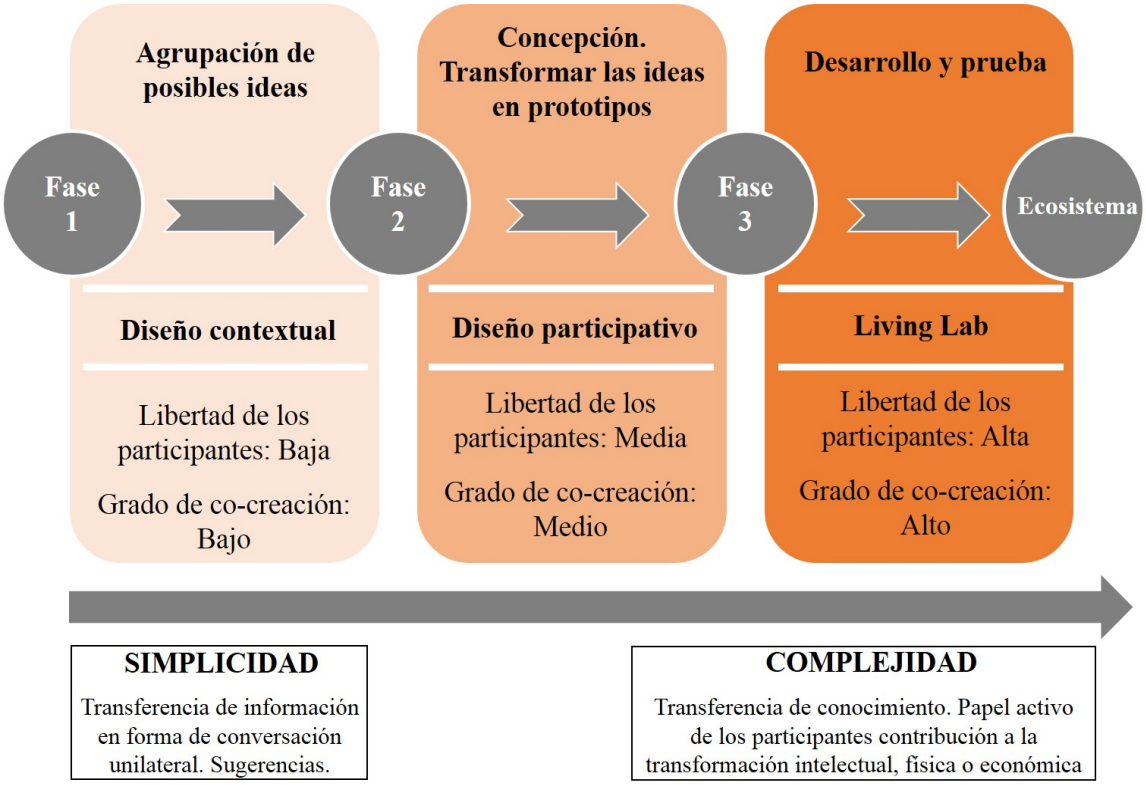

Gráfico 4. Ruta de laboratorio, Salón de los Demiurgos**.**

Se resalta que los distintos actores considerados en el ecosistema, entran a participar en momentos diferentes del laboratorio, para que sea un proceso controlado y apropiado para el crecimiento del proyecto. De lo contrario, podría ser un error que todos estén presentes en las tres fases, debido a que no habría un orden y unas metas definidas.

La primera fase, se determinó la *agrupación de posibles ideas;* esta será la etapa más corta, ya que su duración será apenas de dos semanas de trabajo y la intención es que por medio del diseño contextual los artistas puedan ir a los talleres de los lutieres y conocer la realidad

que ellos tienen, conversar y realizar los primeros intercambios de perspectivas. Para evitar las limitaciones que recalca Holtzblatt (2001), también estarán presentes los investigadores sociales que apoyen la recolección de información, tanto con etnografías que agreguen datos de la observación, como con las entrevistas.

En este momento, los gestores culturales adoptan el papel del actor jerárquico, debido a que es necesario que alguien guíe las primeras activadas e interacciones, que reconozca las capacidades de los participantes y evalúe los niveles de apertura que tienen. De manera que, no se espera en esta fase un real intercambio de conocimientos, sino un primer acercamiento entre participantes, para que se vayan familiarizando con sus áreas de conocimiento y con el tema del proyecto. Al finalizar las observaciones, se programará las sesiones de discusión, para proponer los primeros bocetos. Por eso, se considera que aquí el grado de co-creación es bajo, al igual que el grado de libertad, pues todo está filtrado y controlado por los gestores.

En la segunda fase, el espacio de trabajo se reubica, ya que no se interactúa más en los contextos naturales de los lutieres, sino en El Nido. El objetivo es empezar a buscar la empatía entre los participantes para el intercambio de conocimientos y de perspectivas. Por ello, el lutier deja de tener una actitud pasiva, como fuente de información, para entrar a asumir un papel más activo, dando su punto de vista y comunicando sus propios intereses.

Por eso, este momento se denomina *concepción. Transformar las ideas en prototipos.* Los bocetos que surgieron en las sesiones de discusión de la primera fase entran a ser evaluados y transformados en prototipos por la experimentación conjunta. Esto también permite conocer los otros dos niveles de información, lo implícito y lo latente; ya que lo que se dice y lo que se observa fueron recolectados anteriormente.

Para esta instancia, los gestores asumen ya una actitud más integradora que permita encontrar el lenguaje común, promoviendo el agente integrador. Esta segunda fase tendrá una duración de seis semanas, dando paso a la última fase. Aquí se tiene en cuenta que tanto el grado de libertad como el grado de co-creación aumentan.

La tercera etapa se determina como *desarrollo y prueba*, por medio del Living Lab los prototipos son re-evaluados, re-formulados y finalizados. Para ello, es importante que por medio de la narrativa transmedia los lutieres, artistas, gestores y científicos sociales, realicen el intercambio de conocimientos y experiencias con los prosumidores, los clientes y los críticos de arte. De esta forma, se podrá crear la cadena de apropiación esperada, al integrar a los diferentes usuarios en el proceso de diseño de las obras. De esta forma la organización puede

asegurar el interés del público, mientras se promueve la sensibilización y la educación alrededor del tema

Ya en este instante, los actores son libres y autónomos en las responsabilidades que asumieron, permitiendo que el trabajo de laboratorio se desarrolle de manera más rápida y mejor. Esta fase será la más extensa de las tres, debido a la complejidad de la comunicación que se da y al impacto que puede producir sobre los diferentes socios del laboratorio, su duración será de cuatro meses. Para este momento tanto el grado de libertad como el grado de co-creación serán altos, dinamizando el objetivo que se propone en el proyecto.

10.4.10. Parámetros de evaluación de las obras creadas

Uno de los principales productos que da el laboratorio son las obras de arte, resultado de la co-creación. Esas obras, deben cumplir unas características que aseguren que se logre el impacto sobre el público y en la integración de la lutería dentro del ecosistema cultural. Debido a eso, se definen unos parámetros de seguimiento y evaluación de las obras, para lograr, por un lado, que la exposición aporte al crecimiento artístico, gracias a la estética relacional y, por otra parte, que se transmita la experiencia sensorial que ofrece la lutería, creando el entendimiento y la apropiación de esta como un oficio artístico.

Los parámetros son detallados, esto significa que serán considerados varios aspectos de las obras para mirar que respondan a las condiciones para ser consideradas creativas e innovadoras. Adicionalmente, también es una evaluación reflexiva, es decir, no existe una figura jerárquica, como un curador, que asuma la responsabilidad absoluta de definir qué está bien y qué está mal, o que opine si es arte o no. En ese sentido, todos los miembros del laboratorio, artistas, lutieres, prosumidores, clientes, gestores, científicos sociales, serán los encargados de hacer el acompañamiento de las obras creadas, asumiendo también la responsabilidad de asegurar los objetivos propuestos.

A continuación, se presentan los parámetros definidos para la evaluación, estos están pensados para responder a preguntas concretas:

- Contenido ¿qué se comunica?: Con esta pregunta esperamos observar el mensaje que la co-creación impregnó en la obra. El concepto detrás de lo material debe ser fuerte y debe aportar a la experiencia de lo sensorial en la lutería.
- Técnica ¿cómo se comunica?: Aquí se quiere observar qué tipo de técnica artística se está utilizó para crear las obras. Es importante que los resultados no se limiten a propuestas canónicas, sino que aprovechen las posibilidades tecnológicas

para lograr un bien de mayor impacto y cercanía con el prosumidor y los asistentes a la exposición.

¿Por qué no usar artes canónicas, como la pintura, la escultura? Porque se considera que es importante llegar a un estado más complejo del arte, en donde las nuevas posibilidades son aprovechadas para crear una expresión más participativa. Promoviendo de esta forma, el pensamiento crítico del contexto e impulsado acción individual y social.

- Materialidad ¿qué se utilizó para comunicarlo?: Además de la técnica, también es importante reconocer los objetos, formas, texturas, medios que se utilizan para materializar el mensaje. Estos pueden ser tanto físicos como virtuales. Al final de cuentas es por medio de esto que genera la comunicación entre actor y actante.
- Expresión ¿qué se entiende?: este sería la sumatoria de los tres primeros aspectos, es cómo se presenta al público, es una obra agradable, llamativa, atrayente o, por el contrario, pasa desapercibida, es opaca, aburrida. En otras palabras, es la puesta en escena del objeto, lista para la interacción.
- Interacción ¿cómo se relaciona con el público?: Uno de los aspectos más importantes de trabajar con nuevas artes, es romper con la relación tradicional entre el público y la obra, la que es más extendida en galerías y museos de nuestra ciudad; esa relación está pensada, para que la obra está en una pared protegida de cualquier contacto y el público sólo pueda contemplarla. Las obras que salgan del laboratorio creativo deben considerar que para alcanzar su adecuada expresión es importante la participación del público, el contacto con ellos y el impacto sensorial.
- Innovación ¿qué es lo nuevo?: Es mirar cuáles son esos elementos diferenciadores frente a otras propuestas, esto es el principal objetivo de HCD, ya que tendrá en cuenta la participación de todos los miembros del laboratorio para poder dar respuesta.

10.4.11. La exposición de las obras

Las obras seleccionadas serán exhibidas en un espacio escogido; con el objetivo de que el público pueda acceder a ellas y adquirir el conocimiento que se desea transmitir y el impacto social que se plantea. De esta forma, se sigue promoviendo el intercambio de conocimientos de las tecnologías convergentes, Groves y Gorman escriben lo siguiente, “para que las tecnologías NBIC converjan, tendremos que desarrollar mejores formas de enseñar, no sólo

con la profundidad disciplinaria, sino también con la experiencia interactiva" (Groves & Gorman, 2006: 86).

La forma cómo se comporta el mundo en la actualidad también ha afectado a las galerías y a las exhibiciones de arte, por eso, es importante ofrecer una exposición en un espacio diferente, de prestigio y con obras que tengan la capacidad de ser atractivas. Así mismo, al igual que las demás actividades propuestas, la exposición también debe compartir una constante participación de la tecnología, facilitando así la conexión con los visitantes y permitiendo, simultáneamente, que podamos evaluar las interacciones y las apreciaciones.

Para la exhibición se definió al Espacio Odeón como la principal opción para el evento. Odeón siempre ha sido un lugar relacionado con el arte, desde su inicio siendo una sala de cine (Cinema Odeón) y la sede del Teatro Popular de Bogotá; pero es a partir del 2011 que se establece como un lugar propicio para el desarrollo de proyectos culturales innovadores y de vanguardia. El carácter del edificio es agradable e impresionante, puesto que estuvo abandonado por más de 10 años, dando un aspecto único al lugar, entre lo industrial-clásico y lo moderno-alternativo.

Una de las ventajas que tiene Odeón es su ubicación en la ciudad, en el centro de Bogotá. Un lugar que permite el acceso a diferente tipo de público, coleccionistas, turistas, estudiantes, transeúntes, etc. Además, del aporte visual que ofrece cada una de las ambientaciones que tiene. Como gestores, es clave asegurar que el lugar donde se llevará a cabo el evento también aporte a experiencia del público.

Otro de los componentes que se plantean es el uso de herramientas tecnológicas que acompañan la visita de los asistentes. Especialmente, el uso de internet y códigos QR. Los códigos cumplen una doble función, un puente que conduce a las personas a la página del evento, en donde podrán encontrar detalles del proyecto, los streaming y otros contenidos del laboratorio. Y como un guía virtual, en donde el visitante, podrá ver detalles de las obras en su proceso de creación, explicaciones por los propios artistas, igual que tendrán la oportunidad de dar sus opiniones y apreciaciones.

Del mismo modo, se proyecta medir la percepción de las personas frente a lo qué significa ser lutier, su expresión artística y sus capacidades sensoriales. Para ello, se instalará un dispositivo a la entrada y salida de la exposición, que por medio de unas simples preguntas permita evaluar el impacto de las obras en los visitantes. El dispositivo puede ser una pantalla táctil que por medio de emojis, las personas califiquen su satisfacción. La exposición tendrá una duración de 15 días, con un evento inaugural donde serán invitados los clientes, críticos de

arte y coleccionistas, al igual que prensa, para conocer también las opiniones de estos actores. Para posteriormente, ser abierta al público en general.

10.4.12. Streaming – Página Web – Redes sociales

Para lograr la interacción del prosumidor dentro del laboratorio, se utilizará una narrativa transmedia, "el objetivo de provocar la participación de este prosumidor determina que sea una unidad dentro del propio proyecto a la que hay que gestionar y coordinar" (Rodríguez Lastra, 2015: 57). ¿Qué implica la narrativa transmedia? Primero, que el mensaje se puede alargar en el tiempo y el espacio, a eso se le llama la expansión. Segundo, que haya aportaciones constantes por parte del prosumidor, la interactividad. Tercero, que el mensaje y el lenguaje se transformen en las diferentes plataformas, por esa misma característica interactiva, esta sería la característica adaptativa. Al igual que los HCD, la narrativa transmedia ayuda en el desarrollo del proyecto, aumentando su velocidad por la inmediatez que aportan los medios de interacción.

Al igual que se ha complejizado la relación de un actor con su contexto, también la transmedia ha provocado que el concepto de un proyecto se tenga que expandir, hasta convertirse en un universo que se construye a partir de un sistema de significados; esto se logra por medio del encuentro de perspectivas que alimente el universo y se comparte a través de una serie de plataformas o medios que lleguen hasta ese prosumidor, con la idea de que él cree el contenido que complemente todo lo que se trabaje al interior del laboratorio. Es aquí donde la cadena de apropiación que se plantea adquiere mayor fuerza y relevancia, debido a que gracias a esta comunicación transmedia, se logrará que el público asuma el proyecto como propio.

Por otra parte, Ana María Rodríguez (2015) aclara que los contenidos que se abran en la narrativa deben ser construidos bajo tres aspectos:

- La multiplicidad: Ofrecer un contenido que tenga posibilidades al concepto principal, para que el prosumidor pueda crear las alternativas con los elementos que se le aportan.
- La extrabilidad: Algunos elementos deberían tener la posibilidad de ser llevados a la realidad para que el prosumidor los pueda utilizar.
- La realización: La narrativa debe estar incompleta para que el prosumidor sienta el incentivo a participar y completarla.

Todos estos aspectos son una manera de demostrarle al público que su presencia es necesaria, de lo contrario no se puede completar lo propuesto. Sin embargo, eso no significa que todos deban ser usados simultáneamente, algunas veces serán útiles y en otras podrían ser

contraproducentes. Ahí, entra la función del gestor, entender qué se debe decir en qué momento. Por otra parte, se encuentran tres tipos de mensajes, el texto que sería todo aquello que se relaciona con el objetivo principal; el paratexto, aquel mensaje que rodea al principal y atrae a él; el hipertexto, los mensajes secundarios que sirven para fidelizar y para profundizar (Rodríguez Lastra, 2015).

Bajo este panorama, se plantea la integración del público al proyecto, para completar así el proceso de convergencia. Para ello está pensado construir un plan de comunicaciones dirigido a las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc. Este plan integra los tipos de mensajes que podemos y demás características que presenta Ana María Rodríguez (2015). De esta forma, atraer al prosumidor a las interacciones del proyecto, y por otra parte, que aporte sus pensamientos al diseño de las obras.

Similarmente, la página web responde a la necesidad de tener un sitio virtual de encuentro constante con el prosumidor y la lectura del texto principal del laboratorio, mientras que las redes alimentan el paratexto y el hipertexto, promoviendo un camino a través de ellas. La página web será constantemente nutrida con contenido según las diferentes fases del laboratorio y las actividades que se vayan logrando. La interactividad de la transmedia conlleva a que el contenido definido para ser público responde a esa comunicación en doble vía con el prosumidor. Con ellos se espera aportar al cumplimiento del tercer objetivo.

Ahora bien, uno de los principales elementos planteados en este aspecto son las sesiones en vivo o streaming. Estas actividades on-line están planeadas para ser en tres momentos claves de la co-creación en el laboratorio, aunque pueden ser más según las dinámicas que se vayan dando. Lo que se busca con ellas es: primero, integrar al prosumidor en el proceso del intercambio de conocimiento, aprendiendo así de sus percepciones que aporten en el diseño de las obras. Segundo, crear la interacción de la organización con el público, conociendo sus intereses y evaluando riesgos comerciales. Tercero, generar la cadena de apropiación, promoviendo la apropiación del proyecto por parte de ellos; de esta manera también se puede expandir el alcance de las comunicaciones aprovechando el contenido que cada persona comparta con sus círculos sociales.

Precisamente, la tecnología ha abierto un abanico de posibilidades para los proyectos culturales y ha renovado el modo de llegar al prosumidor, que es visto como un nuevo actor más complejo que el consumidor tradicional. “El público ha comenzado a seleccionar el dónde, cuándo y cómo de su acceso a los productos. Y, por ende, se propicia la aparición de nuevas formas de promoción y nuevos soportes de distribución.” (Rodríguez Lastra, 2015: 64). Los

streaming se han convertido en una herramienta importante por su capacidad de comunicación abierta, es decir que la sesión que se transmita puede llegar fácilmente a cualquier futuro socio, sin limitaciones de ubicación. Por la personalización, esto exige que el mensaje debe ser atractivo y claro, al punto de que cada persona sienta que está hecho para él o ella y así sentirse parte del evento. También, por romper la limitación temporal, ya que a pesar de ser eventos en vivo pueden ser consumidos en diferido, de esta forma, también puede ser usado por las personas cuando lo necesiten y sin afán de perder información importante.

11. MODELO DE NEGOCIO

Uno de los modelos de negocios que más se conocen es el modelo CANVAS, propuesta que toma como punto de partida el "Valor de la idea del proyecto", el fin único del mismo y el producto generado a través de la innovación. Esta herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por el consultor suizo Alexander Osterwalder en el año 2004 en su tesis doctoral, es un método que describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. (Osterwalder 2004).

11.1. Red de Alianzas

Esta red de alianzas debe ver en el apoyo al campo laboral de la lutería como una oportunidad para relacionarse con el emprendimiento y la consolidación de proyectos de vida en la comunidad. En esta red encontramos agencias y organizaciones con proyectos que intervienen en la protección y sostenibilidad de prácticas culturales patrimoniales, opciones para el desarrollo social y personal que ofrece campos laborales sustentados en tradiciones, programas de educación, y el uso de nuevas tecnologías.

Dado que entre los objetivos del proyecto se encuentra integrar al público a la cadena de apropiación, y esto implica una formación de públicos, los socios que financian esta iniciativa deben tener una simpatía con un público objetivo, que está caracterizado por una formación en apreciación artística previa y una sensibilidad estética cultivada.

Encontramos siete tipo de socios y actores que pueden hacer parte de la cadena del proyecto divididos de la siguiente manera: Fundaciones sin ánimo de lucro que promueven el arte y la cultura, programas de formación en lutería, gremios del oficio, agencias y programas nacionales e internacionales que promuevan el arte y la cultura, empresas privadas y el sector público.

Fundaciones Sin Ánimo de Lucro que promueven el Arte y la Cultura

Fundación Mario Santo Domingo

Fundación que entre sus labores de gestión apoya los Centros de Lutería de la Fundación Salvi, buscando posicionar el oficio en el país. Con el interés de impulsar el alcance e impacto de la labor que ejercen los Centros alrededor del país, la Fundación Mario Santo Domingo se ha unido como aliado principal de este proyecto, a través de su apoyo económico, institucional y conceptual, dada su experiencia en la gestión de proyectos culturales.

Fundación Arteria

Como estrategias para el cumplimiento de su misión de facilitar el acercamiento a las artes y a la cultura, la Fundación Arteria se ha propuesto generar nuevas alternativas para la realización de actividades; que incluyen la ampliación de público, incentivos a la creación; el ofrecimiento de actividades de formación artística y periodismo cultural, la realización de exhibiciones y el fomento al coleccionismo.

Fundación Telefónica Movistar

Crean, difunden y comparten el conocimiento cultural y tecnológico a través de investigaciones, publicaciones, conferencias, congresos, concursos, exposiciones y talleres que impulsan la creación artística.

Programas de Formación en Lutería

Fundación Salvi

Es una institución sin ánimo de lucro que opera en el sector cultural en Colombia y que está activamente dedicada a difundir, promover y desarrollar la cultura musical del país. Con el fin de responder integralmente a algunas de las necesidades identificadas en el ámbito musical nacional, la organización ha ideado, estructurado y puesto en marcha proyectos clave entre los que se encuentran los Centros de Lutería e Instrumentos de Viento y el Banco de Instrumentos. Con los Centros de Lutería buscan formar artesanos capaces de aportar con profesionalismo a la música desde el taller de lutería, construyendo instrumentos de música con características de una obra de alta calidad y hecho a mano.

Fundación Escuela Taller de Bogotá

Iniciativa que lidera el Ministerio de Cultura donde desde la formación se recupera el patrimonio y los oficios tradicionales. Se articula la cultura, el emprendimiento y la formación para el trabajo y el desarrollo humano, para promover el desarrollo social y económico del país a partir del fortalecimiento y la recuperación de sus tradiciones.

Gremios del oficio

Asociación Colombiana de Lutería

Asociación que tiene por objeto integrar solidariamente a los Luthiers colombianos para desarrollar actividades profesionales de fomento, desarrollo y promoción de la función social académica y cultural de la lutería como patrimonio cultural de la Nación en todos sus aspectos y manifestaciones. Desde su conformación la Asociación Colombiana de Lutería ha formulado y desarrollado iniciativas en temas relacionados con la formación técnica en el oficio, comercialización de productos, investigación sobre temas inherentes al sector y desarrollo de acciones que integren a lutería con los demás sectores de las industrias culturales.

Agencias y programas nacionales e internacionales que promuevan el arte y la cultura

SEGIB. La cooperación cultural iberoamericana

La Cooperación Iberoamericana se caracteriza por buscar resultados concretos que inciden directamente en el fortalecimiento de las políticas públicas sectoriales nacionales. Se consigue a través de un diálogo político intergubernamental basado en la cooperación técnica (intercambio de buenas prácticas, creación de redes, participación en el diálogo político con quienes toman las decisiones, formación) y la cooperación financiera para dar más y mejor respuesta a las necesidades de la ciudadanía iberoamericana. Los principales instrumentos de la Cooperación Iberoamericana son los Programas, Iniciativas y Proyectos Adscritos, enfocados fundamentalmente en tres áreas prioritarias: el conocimiento, la cultura y la cohesión social. Dentro del marco de su III Congreso Iberoamericano de Cultura, destinaron un espacio de su programación a la lutería.

Goethe Institut

Promueven el intercambio cultural entre Alemania y Colombia. Realizan ciclos cinematográficos, exposiciones, conciertos, seminarios y festivales, centrados en la co-producción artística, la recepción y la reflexión conjunta.

Instituto Italiano de Cultura

Siendo la escuela italiana pionera en modelos para la construcción de instrumentos de cuerdas frotadas de alta factura y que este organismo oficial del estado italiano tiene como objetivo promover y difundir la lengua y la cultura italiana en Colombia mediante la

organización de eventos culturales que favorezcan la circulación de las ideas, las artes y la ciencia.

Servicio de Cooperación y Acción cultural de la Embajada de Francia

La embajada de Francia ha propuesto una serie de grandes exposiciones en torno al patrimonio y la creación contemporánea.

Embajada de Brasil

Brasil cuenta con un mercado activo de instrumentos y suministros para la lutería, y pueden encontrar en Bogotá la oportunidad de abrir un mercado

Fundación ArteBA

Es una organización no gubernamental argentina sin fines de lucro que trabaja en el desarrollo y fortalecimiento del mercado del arte:

• Incentivando y promocionando la producción artística contemporánea.

• Profesionalizando a los diversos actores del medio.

• Tendiendo puentes con la comunidad internacional.

• Atrayendo y comprometiendo a un nuevo público en la práctica del coleccionismo.

Organizan una de las ferias de arte contemporáneo más importantes de la región promoviendo el arte argentino y latinoamericano, con el objetivo de seguir posicionándolos en el mercado mundial.

Organización Concuerda

Organización sin ánimo de lucro que facilita el intercambio de conocimientos, el diálogo, el entendimiento cultural entre Canadá y otros países y promueve la colaboración entre lutieres canadienses con sus homólogos internacionales.

Universidades con programas de música en Bogotá

Diez universidades que cuentan con estudios profesionales en música. Universidad Sergio Arboleda, Universidad Javeriana, Universidad de los Andes, Universidad del Bosque, Universidad Corpas, INNCA, Universidad Central, Universidad Nacional, Universidad Antonio Nariño, Universidad Distrital.

Empresas Privadas

Bancos (BBVA, Bancolombia)

Más allá de comprar arte, de mostrar sus colecciones y hacer alianzas con museos, los bancos se han puesto en la tarea de apoyar el arte de una forma más directa.

El banco BBVA patrocina el salón de Arte Joven, convocatoria que tiene como finalidad circular y difundir la producción artística nacional de creadores jóvenes cuyo trabajo lleve a cabo un aporte al campo del arte nacional.

Por su parte la sala de Bancolombia tiene características que cualquier galería envidiaría: 2.000 metros cuadrados de espacio para exponer y las especificaciones técnicas de iluminación y ventilación necesarias para mantener las obras en buen estado y a finales de 2006, Bancolombia le encargó a 20 de los más importantes artistas contemporáneos obras para decorar su nuevo edificio inteligente en Medellín.

Parquesoft

Es una iniciativa Clúster de arte digital, ciencia y tecnologías de la Información líder en Colombia y América Latina, con más de una década de presencia en el mercado. Cuentan con un Ecosistema de más de 400 Empresas, se integran en un ambiente ideal para la innovación, transferencia y apropiación de conocimientos y experiencias de frontera en tecnologías informáticas de última generación.

El enfoque de Media Digital y Entretenimiento de Parquesoft permite que los clientes hagan uso de soluciones con mayor dinamismo, donde el entretenimiento no se limita solo a juegos y diversión, sino también a mostrar la aplicación de alta tecnología con soluciones en diferentes campos.

Seguros Bolívar

Cuentan con una colección de libros de arte contemporáneo que destaca a grandes exponentes del arte colombiano

Sector Público

Ministerio de Cultura, Min Tic, Idartes

Han invertido en apoyo a la formación en procesos culturales e innovación en los proyectos.

SENA

El SENA ofrece un servicio de formación con base en el cuidado y mantenimiento de los instrumentos sinfónicos. Esto proyecto partió de la idea de aumentar la expectativa de vida útil de los instrumentos y generar mayores opciones laborales para las personas dedicadas a la música. Esta entidad comprende que la lutería es un área poco explorada en el país, por ende, se pretende realizar una serie de capacitaciones aportando no sólo al desarrollo artístico y cultural, sino a su vez ampliar el horizonte en el sector económico.

11.2. Actividades Clave

Salón de los demiurgos se compone de actividades clave como el laboratorio creativo, la exposición, y la implementación de una página web.

11.3. Recursos Clave

En este aspecto se tienen en cuenta los activos necesarios para que funcione el modelo de negocio establecido, los recursos pueden ser físicos, financieros, intelectuales o humanos. Ver Presupuesto.

11.4. Propuesta de Valor

La propuesta de valor del Salón de los Demiurgos se plantea sobre la exposición de obras de arte que reflejen el valor artístico de la lutería y su importancia a nivel cultural.

11.5. Relación con los clientes

Salón de los Demiurgos mantiene la relación con cada segmento de clientes a través de medios digitales como la página web y el streaming las experiencias adquiridas tanto en el laboratorio como en la exposición.

11.6. Canales de Distribución

Salón de los Demiurgos establece la comunicación y genera la entrega de la propuesta de valor a través de la implementación de una página web, del desarrollo de un streaming interactivo con el público y la socialización de los productos del laboratorio en la exposición.

11.7. Segmento de Clientes

Como estrategia de socialización de las dimensiones estéticas y creadoras de la lutería este proyecto contempla dentro de sus stakeholders a los consumidores de arte que desde sus hábitos de apreciación y adquisición de creaciones artísticas puedan formarse como potenciales consumidores de los productos fabricados por los lutieres de alta factura.

Salón de los Demiurgos quiere dirigirse mediante la propuesta de valor a un público objetivo entre los 20 y 45 años, que presenten intereses por las diversas actividades culturales y el consumo artístico en la ciudad de Bogotá, así mismo, instituciones tanto del sector público como privado que manifiesten la intención de reproducir la exposición.

El impacto previsto para las actividades y la exposición se consideran de amplio alcance debido a los grandes volúmenes de asistencia a las exposiciones museales, y sus actividades educativas relacionadas que se reportan oficialmente. Según el informe de Gestión de Museos del Ministerio de Cultura 2002-2010, se reporta una asiduidad de 4’299.270 visitantes a un número reducido de 5 museos manejados por el Ministerio de Cultura en Bogotá. De estos visitantes, el 40% se vio vinculado a actividades educativas complementarias (Mincultura, 2010).

Podríamos definir que, entre los 5 museos tomados por el Ministerio de Cultura, hay un promedio de 120.000 visitas por año, este dato se puede relacionar con los números obtenidos por la Encuesta Bienal de Cultura 2017 de la Subdirección del Observatorio de Culturas de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, en donde el 8% de los encuestados, un promedio de 512.668 personas, participan de actividades culturales o artísticas en su tiempo libre. Aun así, la encuesta no hace aclaración de la frecuencia en la participación de dichas actividades.

Adicionalmente, hemos podido ver que uno de los principales motivos para la poca participación es la falta de tiempo y el poco interés que existe en la oferta actual, siendo el motivo económico el tercer o cuarto motivo por el cual no se asiste a las actividades culturales o artísticas. Esto nos demuestra, que la integración del público en las actividades de co-creación de las obras propuestas en el laboratorio, puede ser un factor favorable para el proyecto; con ello podemos garantizar el interés y su disposición para la participación, sin que el dinero se convierta en punto limitante.

Cabe anotar que inicialmente no buscamos lograr un impacto del 100% sobre este público identificado por las encuestas (512.668), pero si podremos incidir en un número significativo de personas, que según la continuidad de las actividades, puede ir en aumento progresivo, alcanzando un mayor número de participantes.

11.8. Costos

En este bloque se describen los costos incurridos al operar un modelo de negocios planteado en el proyecto, entre las acciones clave se encuentra mantener las relaciones con los clientes, la generación de ingresos y la entrega de valor. Los costos necesarios para operar el

modelo de negocio del Salón de los Demiurgos se encuentran claramente explicados en el presupuesto.

11.9. Flujo de Ingresos

Representa los mecanismos y las fuentes que recibe la organización de cada segmento de mercado. Los ingresos del Salón de los Demiurgos provienen de los pagos de los clientes por la propuesta de valor, sea la venta de la exposición a empresas privadas, la venta de entradas a la exposición, las obras vendidas durante la exposición, o los aportes proporcionados por otros actores detallados en la red de alianzas y en el presupuesto del proyecto.

Los siguientes porcentajes hacen referencia a la financiación necesaria para alcanzar el punto de equilibrio.

5% Inversión inicial (**$ 9’440.712**)

10% Recursos del estado (**$ 18’881.424**) Aplicando a los Programas de Estímulos del Ministerio de Cultura, y de la Secretaría de Cultura; Banco de Proyectos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo; Capacitación para las Iniciativas para la Promoción de la Industria de Contenidos Digitales.

35% Alianzas estratégicas (**$ 66’840.985**)

35% Sponsors (**$ 66’840.985**)

11% Ventas de obras (**$ 20’769.566**)

4% Venta de entradas a la exposición (**$7’552.569**) Para una asistencia estimada de 250 personas en un periodo de 15 días con un costo de 30.000 pesos por entrada.

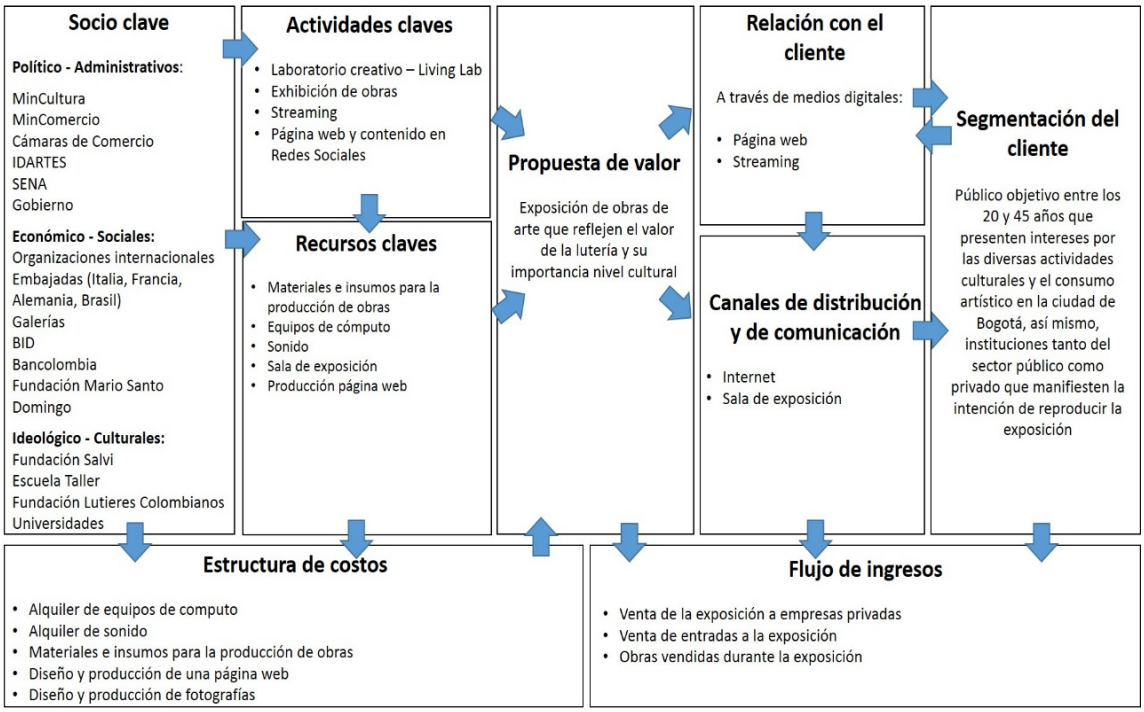

Gráfico 5. Modelo de negocio Canvas. Salón de los Demiurgos

12. PRESUPUESTO

FICHA DE PRESUPUESTO
PROYECTO SALÓN DE LOS DEMIURGOS

CONCEPTO / RECURSOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FINANCIACIÓN SOLICITADA
OBJETIVO GENERAL	**Articular la lutería de arte a las dinámicas del ecosistema cultural**				
OBJETIVO No. 1	Diseñar un living lab que permita el intercambio de conocimientos entre lutieres, artistas, y otros actores del sector cultural, alrededor de la exploración de la luthería como campo artístico				
1.1 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN LIVING LAB					
1.1.1 Alquiler de espacio Coworking El Nido	Mes	6	$ 423.000,00	$ 2.538.000,00	INVERSION INICIAL GESTORES 1,4 %
1.1.2 Honorarios artistas (3 artistas)	Mes	6	$ 1.500.000,00	$ 27.000.000,00	VENTA OBRAS 11% INVERSIÓN INICIAL GESTORES 2%
1.1.3 Estación de café, agua permanente, galletas, autoservicio	Día	10	$ 176.400,00	$ 1.764.000,00	SPONSOR 1%
1.1.4 Fondo para la producción (materiales para el laboratorio)	Fondo Producido	1	$ 50.000.000,00	$ 50.000.000,00	SPONSOR 27%
Subtotal Actividad 1.1			$ 52.099.400,00	$ 81.302.000,00	42,40%
OBJETIVO No. 2	Generar una cadena de valor integrando el público al ecosistema cultural creado en el laboratorio				
2.1 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN MONTAJE EN STREAMING DE LA VIVENCIA FORMATIVA A TRAVÉS DEL ARTE DE LA LUTERÍA					
Equipos					
2.1.1 Sonido: Alquiler de sonido incluye microfono,microfono inalambrico de solapa o de mano, para cada sesion	Días	3	$ 200.000,00	$ 600.000,00	RECURSOS DEL ESTADO 0,5%
2.1.2 Video: Alquiler de computador y pasador de diapositivas	Días	3	$ 219.748,00	$ 659.244,00	INVERSIÓN INICIAL GESTORES 0,5%
2.1.3 Streaming para Charla	Días	3	$ 350.000,00	$ 1.050.000,00	INVERSION INICIAL GESTORES 0,7%
2.1.4 Internet para Streaming	Días	3	$ 50.000,00	$ 150.000,00	VENTA DE ENTRADAS 0,15%
2.1.5 2 Focos (500 Led C/U)	Días	3	$ 40.000,00	$ 120.000,00	VENTA DE ENTRADAS 0,14%
ubtotal Actividad 2.1			$ 859.748,00	$ 2.579.244,00	1,99%
2.2 REALIZACIÓN DE UNA EXPOSICIÓN DE LAS OBRAS GENERADAS EN EL LIVING LAB					

2.2.1 Alquiler de Salas - Talleres Liebre Lunar - Espacio para 80 personas, incluye uso del proyector y sistema de sonido	Días	16	$ 174.000,00	$ 2.784.000,00	SPONSOR 1,5%
2.2.2 Transporte terrestre	Van/Día	15	$ 300.000,00	$ 4.500.000,00	SPONSOR 0,5%
2.2.3 Logístico para alistamiento de la obras, inventario y despacho	Día	1	$ 95.000,00	$ 95.000,00	INVERSIÓN INICIAL GESTORES 0,07%
2.2.4 Obras para embajale y marcación	Día	1	$ 50.000,00	$ 50.000,00	INVERSIÓN INICIAL GESTORES 0,06%
2.2.5 Logístico para recoger las obras en el taller y entregarlas en la Galería	Día	1	$ 108.000,00	$ 108.000,00	INVERSIÓN INICIAL GESTORES 0,07%
2.2.2 Estación de café, agua permanente, galletas, autoservicio	Día	15	$ 176.400,00	$ 2.646.000,00	SPONSOR 1,5%
2.2.3 Seguros para obras	Seguro	1	$ 300.000,00	$ 300.000,00	INVERSIÓN INICIAL GESTORES 0,2%
ubtotal Actividad 2.2			$ 1.203.400,00	$ 10.483.000,00	3,90%
OBJETIVO No. 3	Crear sistemas de difusión del conocimiento y las experiencias logradas en los laboratorios para el fortalecimiento de su integración en el ecosistema				
3.1 DISEÑO, PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE UNA PÁGINA WEB					
3.1.1 Honorarios Gestores Culturales en administración, mantenimiento y actualización tecnológica de contenidos del sitio web	Meses	12	$ 1.500.000,00	$ 72.000.000,00	ALIANZAS ESTRATÉGICAS 35% VENTA DE ENTRADAS 3,7%
3.1.2 Creación de un banco de imágenes (- Producción de 100 fotografias de la exposición de las obras creativas - Caractaristicas de las fotografias: - Tamaño:1920x2824 pixeles - Formato:RAW y TIFF)	Unidades Fotografías	15	$ 300.000,00	$ 4.500.000,00	RECURSOS DEL ESTADO 2,5%
3.1.4 Diseño y producción de 15 videos testimoniales de las experiencias adquiridas en los talleres y durante la exposición. Hasta 60 segundos cada uno	Vídeos Producidos	10	$ 800.000,00	$ 8.000.000,00	RECURSOS DEL ESTADO 4,3%
3.1.5 Diseño y producción de 30 reseñas de por lo menos 500 palabras cada una	Reseñas Diseñadas	20	$ 195.000,00	$ 3.900.000,00	SPONSOR 2,5%
Subtotal Actividad 3.1			$ 2.795.000,00	$ 88.400.000,00	48%
3.2 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN LIBRO DE LAS EXPERIENCIAS OBTENIDAS DURANTE LOS LABORATORIOS Y LA EXPOSICIÓN					

3.2.1 Diseño, producción y diagramación del libro en formato digital (page flip) que permita una posterior difusión a través de redes sociales, aplicativos móviles, tablets y sitios web	Guía Digital Producida	1	$ 5.000.000,00	$ 5.000.000,00	RECURSOS DEL ESTADO 2,7%
3.2.2 Documento diseñado y diagramado para impresión en formato PDF Impresión Caracterícticas del libro: • Tamaño: 11,5 x 20 cm. • Paginas internas: Papel esmaltado de 150gr o similar 4/4 tintas • Cubierta: Papel cote c2s 300gr o similar 4/4 Tintas plastificado brillante por 1 cara. • Número de páginas: 200	Ejemplares Impresos	200	$ 5.250,00	$ 1.050.000,00	SPONSOR 1%
Subtotal Actividad 3.2			$ 5.005.250,00	$ 6.050.000,00	3.7%
Subtotal			$ 61.962.798,00	$ 188.814.244,00	100%
TOTAL			$ 61.962.798,00	$ 188.814.244,00	100%

13. CRONOGRAMA

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

CRONOGRAMA
PROYECTO SALÓN DE LOS DEMIURGOS

Actividades	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18
1.1 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN LABORATORIO CREATIVO																		
2.1 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN MONTAJE EN STREAMING DE LA VIVENCIA FORMATIVA A TRAVÉS DEL ARTE DE LA LUTERÍA																		
2.2 REALIZACIÓN DE UNA EXPOSICIÓN DE LAS OBRAS GENERADAS EN EL LABORATORIO CREATIVO																		
3.1 DISEÑO, PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DE UNA PÁGINA WEB																		
3.2 DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UN LIBRO DE LAS EXPERIENCIAS OBTENIDAS DURANTE LOS LABORATORIOS Y LA EXPOSICIÓN																		

14. INDICADORES

a) De gestión

- Nombre del indicador: Eficiencia en la planeación del presupuesto del proyecto
- Fórmula:

$$\frac{(costo\ total\ del\ proyecto\ hasta\ finalización)}{(costo\ total\ presupuestado)} * 100$$

- Frecuencia: Mensual

- Nombre del indicador: Precisión en el tiempo de ejecución de las actividades
- Fórmula:

$$\frac{Duración\ total\ real\ proyectado\ hoy\ hasta\ finalizar\ en\ días}{Duración\ total\ prevista}$$

- Frecuencia: Mensual

b. De resultado

- Nombre del indicador: Participación en la transmisión de streaming
- Fórmula:

$$\frac{No.\ de\ personas\ que\ interactúan\ con\ la\ transmisión}{No.\ definido\ en\ la\ meta}$$

- Frecuencia: Durante las tres transmisiones propuestas en el proyecto

- Nombre del indicador: % Porcentaje de vistas en la página web
- Fórmula:

$$\frac{No.\ de\ vistas}{No.\ de\ vistas\ proyectadas}$$

- Frecuencia: Una vez finalice la primera etapa del proyecto

c. De impacto

- Nombre del indicador: Material distribuido
- Fórmula:

Cantidad de material promocional distribuido

- Frecuencia: Posterior a la ejecución de la exposición

d. De proceso

- Nombre del indicador: % Porcentaje de satisfacción con la exposición realizada
- Fórmula:

  Encuestas con tendencia al 100%

- Frecuencia: Al finalizar la exposición

15. BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Bogotá, Secretaría de Cultura Recreación y Deporte. (2015a). *Boletín estadísticas de inversión en museos en Bogotá.* Recuperado de http://siscred.scrd.gov.co

Alcaldía de Bogotá, Secretaría de Cultura Recreación y Deporte. (2015b). *Encuesta Bienal de Culturas.* Consultada en: https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/cultura-ciudadana/observatorio-de-culturas/encuesta-bienal-de-culturas/encuesta-2015

Alcaldía de Bogotá, Secretaría de Cultura Recreación y Deporte. (2017). *Encuesta Bienal de culturas.* Consultada en: *https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/cultura-ciudadana/subdireccion-observatorio-de-culturas/encuesta-bienal-de-culturas/encuesta-2017*

aMano. (s.f.). *aMano: Laboratorio creativo*. Recuperado el octubre de 2018, de aMano: Laboratorio creativo: http://amanolab.co/lo-que-hacemos/

Amit, R., & Zott, C. (2001). La creación de valor en el comercio electrónico. *Strategic Management Journal*, 493 – 520.

Awario. (2018), Consulta realizada en la plataforma web.

Beaune, S. (2013*).* L'esthétique du geste thecnique*. Gradhiva, 2013* (17), 4-25.

Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico.* Bernal, Argentina: Editorial Universidad Nacional de Quilmes.

Bourriaud, N. (2008). *Estética Relacional.* Buenos Aires, Argentina: AH Editorial.

Buob, B. (2013). De l'adresse. Remarques sur l'esthétique des gestes du luthier, *Gradhiva*, *2013* (17), 70-93.

Cadiz, R. (julio de 2012). *Lutería electrónica*. Recuperado el noviembre de 2018, de Diplomado en interacción & tecnología para las artes y el diseño: luteriaelectronica.uc.cl

Chesbrough, H., & Rosembloom, R. (2002). El papel del modelo de negocio en la captura de valor a partir de la innovación: las pruebas de la tecnología de empresas Xerox Corporation, *Industrial and Corporate Change 11*(3), 529 – 555.

CID. (2008). *Estudio de mercado de instrumentos de bandas de vientos que no se fabrican en Colombia*. Universidad Nacional, p 6.

Colorado, J. (2010). Alberto Paredes: El Ebanista Colombiano de La Música. *M&M, 66*. Recuperado de https://revista-mm.com/blog/ediciones/edicion-66/alberto-paredes-el-ebanista-colombiano-de-la-musica/

Congreso de Colombia. (7 de agosto de 1997) Ley General de Cultura. [Ley 397 de 1997].

Congreso de Colombia. (23 de mayo de 2017) Ley Naranja. [Ley 1834 de 2017].

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). *Documento CONPES 3409. Lineamientos para el fortalecimiento del plan nacional de música para la convivencia.* Recuperado de http://www.mincultura.gov.co

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2016). *Documento CONPES 3866. Política nacional de desarrollo productivo*. Recuperado de https://colaboracion.dnp.gov.co

Constitución política de Colombia (1991). Artículo 26. 2da Ed. Legis.

Cross, I. (2006). Music and social being. Musicology Australia, 28, 114-126.

Cross, I. (2007). Music and cognitive evolution. En R. Dunbar & L. Barrett (Eds.) *Oxford Handbook of Evolutionary Psychology* (pp.649-667), Oxford: Oxford University Press.

Cross, I. (2008). Musicality and the human capacity for culture. *Musicae Scientiae 12* (1), 147-167.

Cross, I. (2012). Music and biocultural evolution. En M. Clayton, T. Herbert, & R. Middleton (eds.), *The Cultural Study of Music: A Critical Introduction* (pp17-27). London: Routledge.

Cruz Roa, M. (5 de agosto de 2018). *Lo que ha significado ser una ciudad creativa de la música*. Recuperado el 2018 de octubre, de ElTiempo: https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-una-ciudad-creativa-de-la-musica-251918

D'Andrade, R. (1993). Cognitive Anthropology. En Schwartz, T. (Ed) *New directions in Psychological Anthropology* (pp.47-58). Cambridge: Cambridge University Press.

Eriksson, C. I., Kåreborn, B. B., Lund, J., & Ståhlbröst, A. (2009). A milieu for innovation - Defining Living Labs. Recuperado de https://pdfs.semanticscholar.org/

Eriksson, M., Hribernik, K., Kulkki, S., & Niitamo, V. (2006). Living Labs as a multi-contextual R&D methodology. The 12th international conference on concurrent enterprising: Innovative products and service through collaborative networks. ICE.

Fonseca, H. (8 de septiembre de 2018). *Crean laboratorio de Pensamiento Creativo en Bogotá*. Recuperado el 10 de 2018, de W Radio: http://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/crean-laboratorio-de-pensamiento-creativo-en-bogota/20180920/nota/3802039.aspx

Fundación Mi Sangre. (4 de diciembre de 2014). *Lab. Experimental de co-creación de juegos infantiles que fomenten la construcción de paz*. Recuperado el noviembre de 2018, de Fundación Mi Sangre: http://fundacionmisangre.org/laboratorio-experimental-de-co-creacion-de-juegos-infantiles-que-fomenten-la-construccion-de-paz/

García Canclini, N. (2013). La expansión de la cultura: Incomodidades para las ciudades y el arte. *La creatividad redistribuida*. México: Siglo XXI editores, 13-20.

Gell, A. (1998). *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Oxford university press.

Gossaín, J. (2014). La escuela colombiana de lutieres: una gran obra de cuatro mujeres. *El Tiempo*. Recuperado de https://www.eltiempo.com

Groves, J., & Gorman, M. (2006). Collaboration on converging technologies: Education and practice. En M. Roco, & W. Sims Bainbridge, *Managing Nano-Bio-Info-*

Cogno innovations. Converging technologies in society. Dordrecht: Springer. 71-87.

Hall, S. (1980). Cultural Studies: Two paradigms. *Media, Culture & Society, 2*, 57-72.

Hicks, D. y Beaudry, M. (2010). *The Oxford Handbook of Material Culture Studies*. Oxford: Oxford University Press

Holtzblatt, K. (2001). Contextual design: Experience in real life. *Mensch & Computer*, *1*, 19-22.

Hoyos, Andrés. (2017). De la inutilidad de las artes. *El Malpensante*, *190*, 70-73.

Ingold, T. (2011). *Une breve histoire des lignes*, Bruxelles : Zones Sensibles.

Internacional Trade Center (2018). Datos obtenidos de la plataforma digital TradeMap en: https://www.trademap.org/Index.asp. Consultados el 24 de septiembre del 2018.

Kliksberg, B. (1999). Capital social y cultural. Claves esenciales del desarrollo. *CEPAL* (89), 85-102.

Klok, J., Kuijt-Evers, L., & Steen, M. (2007). Early user involvement in research and design projects - A review of methods and practices. Dancing with users: How to organize innovation with consumers and user. *23rd EGOS Colloquium*, 1-21.

Latour, B. (1994). Pragmatogonies. *American behavioral Scientist, 37*(6), 791-808.

Law, J. (1999). Complexity, Naming and topology. En Law, J, (Ed.) *Actor network Theory and after.* Oxford: Blackwell Publishing

Levitin, D. (2008). *Tu cerebro y la Música: El Estudio Científico de una Obsesión Humana*. Barcelona: RBA

López Campos, G., & Martin Sanchez, F. (2006). Convergencia de tecnologías: Nuevas oportunidades para el alcance de la informática y de las ciencias biomédicas. RevistaeSalud.com.

Mabru, L. (1998). *Comment la musique vient aux instruments: Ethnographie de l'activité de lutherie à Mirecourt* (Collection Une ethnologie en Lorraine). Mirecourt :Editions Pierron.

Mabru, L. (2012). De quelques idées reçues en lutherie. En Klein & Buob (ed) *Luthiers, de la main à la main*. Actes Sud - Musée de la lutherie et de l'archèterie de Mirecourt, 116-135.

Malafouris, L. (2013). *How things shape the mind. A theory of material engagement*. Cambridge: MIT Press.

Maldonado, C. 2018. Heurística y producción de conocimiento nuevo en la perspectiva CTS, en Hernández, I. (comp*.) Estética, ciencia y tecnología. Creaciones electrónicas y numéricas* Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 98-127.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Política de turismo y artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano.* Bogotá.

Ministerio de Cultura. (2010). Informe de Gestión de Museos Ministerio de Cultura 2002-2010. Bogotá

Ministerio de Cultura. (2018). *Política para el Fortalecimiento de los Oficios del Sector Cultura en Colombia.* Recuperado de http://www.mincultura.gov.co

MM, Redacción; Rodríguez, J; Acosta, G. (2013). Negocio Potencial para el Empresario Colombiano: Instrumentos Musicales de Madera, *MM, 78*. Recuperado de https://revista-mm.com/blog/muebles/negocio-potencial-para-el-empresario-colombiano-instrumentos-musicales-de-madera/

Nattiez, J. (1990). *Music and Discourse: Toward a Semiology of Music*. New Jersey: Princeton University Press

NC-Arte. (s.f.). *NC-Lab*. Recuperado el noviembre de 2018, de NC-Arte: http://www.nc-arte.org/event-type/nc-lab/

Northmpton Community College. (s.f.). *Fan Lab*. Recuperado el noviembre de 2018, de Northmpton Community College: https://northampton.edu/noncredit/adult-personal-enrichment/fab-lab.htm

Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology*. Université de Lausanne

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de Modelos de Negocios*. DEUSTO

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelos de Negocios*. Strategyzer. Recuperado de https://strategyzer.com/.

Parra, L., Rodríguez, J., & Romero, W. (2013). *Proyectos de creación de empresa: Los desarrollos de producto y cliente para emprendimientos sostenibles*. Cali, Colombia: Universidad Libre de Colombia

Revistaarcadia.com. (24 de septiembre de 2014). *Laboratorios creativos*. Obtenido de Revista Arcadia: https://www.revistaarcadia.com/arte/articulo/laboratorios-creativos/39137

Richerson, P. y Boyd, R. (2005). *Not by Genes Alone: How Culture Transformed Human Evolution*. Chicago: Chicago University Press.

Richerson, P y Boyd, R. (2009). Culture and evolution of human cooperation. *Philosophical transactions of the royal Society, B 364* (1533), 3281-3288.

Rodríguez Lastra, A. (2015). Hacia una gestión cultural transmedia. En A. M. Rodríguez Lastra*, La repercusión de la narrativa transmedia en la gestión cultural*, 52-63.

Sanders, E. (2000). Generative Tools for Co-designing. En S. A. Scrivener, *Collaborative design*. London: Springer-Verlag London Limited.

Semana. (2017). *La lutería: el oficio de confeccionar la música*. Recuperado de https://www.semana.com

Sen, A. (1999). Introducción y capítulo 1. En Sen, Amartya, *Desarrollo y libertad*, 19 - 53. Editorial Planeta.

SENA. (2017). *Clasificación Nacional de Ocupaciones*. Recuperado de http://observatorio.sena.edu.co/Comportamiento/CnoDetalle?tags=5263

Sennet. R. (2010). *The Craftsman*. London: Penguin

Sistema de Información de Museos Colombianos. (2013). *Colombia, territorio de museos. Diagnóstico del sector museal colombiano*. Recuperado de http://www.museoscolombianos.gov.co

UNESCO. (2005). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. París.

UNESCO. (2012). *Creative Cities Network*. Recuperado el octubre de 2018, de Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-cities-network/music/bogota/

Ursua, N. (2010). ¿Tendrá la "convergencia de tecnologías" y la "mejora técnica del ser humano" un impacto similar al darwinismo? (implicaciones y consideraciones filosóficas). *ÉNDOXA: Series filosóficas*, 311-329.

YMCA Colombia. (s.f.). *Laboratorios Creativos*. Recuperado el octubre de 2018, de YMCA Colombia transformamos vidas: http://www.ymcacolombia.org/laboratorios-creativos/