



**Lini Janella Flórez Cutiva
Lina Marcela García Manjarrés
María Camila Rojas Muñoz
María Camila Silva Uribe
Edwin Alexánder Zambrano Salazar**

**Raúl Niño Bernal
Tutor**

**Especialización en Gerencia y Gestión Cultural
Escuela de Ciencias Humanas
Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario
30 de noviembre de 2018
Bogotá**

Distrito Sexto Sentido

Resumen ejecutivo

Problema cultural	Alternativas limitadas en las organizaciones culturales para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes.
Descripción del proyecto	<p>Distrito Sexto Sentido busca reducir la barrera comunicativa entre las personas sordas y la sociedad a través de la creación de productos y/o servicios que contribuyan a sensibilizar a la sociedad en temas de inclusión. Para ello el camino que D6S ha elegido es asesorar y formar a los involucrados en la producción cultural sobre la problemática que plantea el proyecto. De esta manera, a través de un paquete de servicios (asesorías, talleres y experiencias multisensoriales) diseñado para exponer los elementos principales de la cultura sorda se espera que desde el sector se promuevan más iniciativas que tengan en cuenta las necesidades e intereses de la comunidad sorda.</p> <p>Es indispensable que el contenido de los productos y/o servicios, por un lado, acerque la experiencia diaria de los sordos a los oyentes y, por otro lado, se convierta en una oferta cultural incluyente y atractiva para las personas sordas, que resalte las características principales de su comunidad y que articule arte, tecnología e interactividad.</p>
Objetivo general	Facilitar el desarrollo de alternativas en las organizaciones culturales, para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> ● Asesorar a organizaciones culturales en la diversificación de una oferta cultural integradora. ● Formar a los involucrados en la producción cultural a través de talleres disruptivos que generen intercambios de prácticas, experiencias y saberes entre personas sordas y oyentes. ● Co-diseñar experiencias interactivas que vinculen a la población sorda y oyente.
Beneficiarios	<p>Directos: organizaciones culturales.</p> <p>Indirectos: personas sordas y oyentes.</p>
Costo total	<p>\$ 43.397.500 (costo trimestral)</p> <p>\$ 173.590.000 (costo anual)</p>
Contexto de aplicación geográfica	Bogotá, Colombia
Tiempo de ejecución	<p>3 meses (un paquete de servicios)</p> <p>12 meses (ocho paquetes de servicios)</p>

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo.....	2
Índice de tablas.....	6
Índice de gráficos.....	6
Índice de ilustraciones y fotos.....	7
1. Introducción.....	8
2. Descripción del proyecto.....	10
3. Antecedentes.....	11
4. Problema cultural.....	14
4.1 Diagnóstico.....	14
<i>Análisis de la encuesta comunidad sorda.....</i>	<i>16</i>
<i>Análisis de la encuesta sobre la comunidad sorda y los oyentes.....</i>	<i>25</i>
<i>Análisis de la encuesta sobre inclusión en organizaciones culturales.....</i>	<i>27</i>
4.2 Árbol de problemas.....	30
5. Justificación.....	31
6. Objetivos.....	32
6.1 Objetivo general.....	32
6.2 Objetivos específicos.....	32
7. Marco teórico y conceptual.....	33
7.1 Persona sorda, comunidad sorda y lengua de señas.....	33
7.2 Relativismo lingüístico.....	36
7.3 La discapacidad como capacidad.....	37
7.4 Desarrollo, capacidades y el capital cultural.....	40
7.5 Bienes y servicios culturales.....	41
7.6 Contenido cultural.....	42
7.7. Diversidad cultural.....	43
7.8 Inclusión social.....	43
8. Marco jurídico-legal.....	44
8.1 Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social (PPDIS).....	44
8.2 Decreto 470 de 2007.....	46
9. Metodología.....	48

9.1 Metodología relacional: 5 pieles de Hundertwasser	48
9.2 Metodología interactiva	51
9.3 Procesos	52
9.4 Productos	53
9.4.1 Diagnóstico	53
9.4.2 Talleres disruptivos	56
9.4.3 Experiencias	62
9.5 Modelo de gestión	65
<i>Comunicación sociocultural: generación de contenidos</i>	65
<i>Tecnología comunicativa: narrativas digitales</i>	66
<i>Innovación para la financiación</i>	66
<i>Red sociocultural para el intercambio de recursos</i>	67
9.5.1 Estrategia comunicativa	67
9.5.2 Estrategia sociocultural	69
9.5.3 Estrategia financiera	69
9.5.3.1 Recursos de cooperación bilateral y multilateral	70
9.5.3.2 Recaudos y fondos patrimoniales	72
9.5.3.3 Patrocinios	72
9.5.3.4 Subvenciones	73
9.5.3.5 Crowdfunding	75
9.5.4 Estrategia tecnológica	76
10. Cronograma	77
11. Presupuesto	79
11.1 Presupuesto costos administrativos	79
11.2 Presupuesto paquete de servicios	81
12. Indicadores	83
13. Referencias, bibliografía y webgrafía	85
13.1 Referencias	85
13.2 Bibliografía y webgrafía	87
14. Anexos	89
14.1 Mapa cultural inicial	89
14.2 Mapa cultural final	90
14.3 Encuesta comunidad sorda	91

14.4 Encuesta comunidad sorda y personas oyentes	103
14.5 Encuesta inclusión en organizaciones culturales.....	105

Índice de tablas

Tabla 1. Ficha técnica encuesta comunidad sorda.....	16
Tabla 2. Ficha técnica comunidad sorda y personas oyentes.....	25
Tabla 3. Ficha técnica inclusión en organizaciones culturales.....	26
Tabla 4. Financiamiento por eje y entidad. CONPES Social 166 de 2013.....	46
Tabla 5. Fuentes de cooperación bilateral y multilateral.....	71
Tabla 6. Fuentes de subvenciones.....	74
Tabla 7. Cronograma D6S.....	78
Tabla 8. Ingresos D6S.....	80
Tabla 9. Gastos de operación de D6S.....	80
Tabla 10. Presupuesto paquete de serviciosD6S.....	81
Tabla 11. Indicadores D6S.....	84

Índice de gráficos

Gráfico 1. Intereses de las personas sordas.....	17
Gráfico 2. Intereses de las personas sordas en Facebook.....	18
Gráfico 3. Intereses de las personas sordas en Instagram.....	18
Gráfico 4. Calificación y frecuencia de asistencia a bibliotecas.....	19
Gráfico 5. Calificación y frecuencia de asistencia a museos.....	21
Gráfico 6. Calificación y frecuencia de asistencia a cine.....	22
Gráfico 7. Prácticas culturales que interesan a las personas sordas.....	23
Gráfico 8. ¿Considera usted que las personas sordas pueden acceder a su contenido con las herramientas y dispositivos actuales con las que cuenta su organización?....	27
Gráfico 9. ¿Considera usted a las personas sordas como un público objetivo de su contenido?.....	28
Gráfico 10. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de contenido cuenta su organización?.....	28
Gráfico 11. ¿Diseña usted productos o servicios inspirados en la cultura sorda?.....	29
Gráfico 12. ¿Estaría usted dispuesto a invertir en un proyecto de formación sobre la cultura sorda y creación de contenidos incluyentes?.....	29
Gráfico 13. Mapa de posicionamiento de D6S.....	68
Gráfico 14. Pirámide de financiación D6S.....	70

Índice de ilustraciones y fotos

Ilustración 1. Árbol de problemas D6S.....	30
Ilustración 2. Modelo de gestión D6S.....	65
Foto 1. Exposición Pseudomatismos de Rafael Lozano-Hemmer.....	64
Foto 2. Experiencia interactiva en Tokio.....	64

1. Introducción

Distrito Sexto Sentido surge de la necesidad de facilitar alternativas a las organizaciones culturales, para que contribuyan con la generación de puentes de comunicación entre las personas sordas y oyentes en Bogotá. ¿Cómo pueden colaborar las organizaciones culturales con la construcción de estos puentes? A través del paquete de servicios de D6S que incluye asesorías; talleres de sensibilización y formación, y co-diseño de experiencias multisensoriales. Con este paquete de servicios, D6S traza un camino de intercambio de experiencias y trabajo colaborativo entre personas sordas y oyentes (sociedad y organizaciones culturales) para diversificar la oferta cultural y alcanzar una mayor interacción entre ambas poblaciones.

Para llegar a esta meta, el lector recorrerá el camino que D6S transitó para formular este proyecto. En un primer momento, se describen someramente los antecedentes o iniciativas nacionales e internacionales que buscan garantizar el acceso al disfrute de los servicios y productos culturales de las personas sordas, y que motivaron la realización de un trabajo de investigación paralelo al proyecto para recolectar datos que le permitiera caracterizar más la comunidad sorda y justificar el problema cultural que aquí se plantea: alternativas limitadas en las organizaciones culturales para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes.

En un segundo momento, se muestra los principales resultados de la recolección de esos datos. Los instrumentos de recolección utilizados fueron tres encuestas. La primera, dirigida a las personas sordas, permitió reconocer los intereses y necesidades culturales de la comunidad sorda; la segunda, para oyentes, evidenció la poca interacción entre las dos poblaciones y los supuestos que los oyentes tienen sobre las personas sordas, y la tercera encuesta, para miembros de organizaciones culturales, expuso la falencia sobre la inclusión de las personas sordas en el acceso a contenidos e infraestructura en las organizaciones culturales.

En un tercer momento, se presenta el marco teórico y conceptual desde el cual se desarrolla el proyecto. En este punto es fundamental entender ¿quién es la persona sorda? ¿Por qué es tan importante la Lengua de Señas Colombiana? ¿Cómo la lengua define al ser humano, sea sordo u oyente? ¿Cómo se puede entender la discapacidad como capacidad? ¿Cómo se contribuye con el desarrollo a través del capital social y cultural de las personas sordas? Estas son algunas de las preguntas que se irán resolviendo de la mano del relativismo lingüístico, el enfoque de capacidades, de la filósofa Martha Nussbaum y de la teoría del capital social y cultural, del economista argentino, Bernardo Kliksberg.

Posteriormente, se expone el marco jurídico-legal en el cual sobresale la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social (PPDIS), el CONPES Social 166 de 2013 y el Decreto 470 de 2007. Tener en cuenta estos documentos es fundamental para el proyecto porque se encuentra un respaldo y pertinencia política, ya que D6S contribuye con el propósito de esta política: garantizar la participación de las personas en condición de discapacidad en la sociedad. Luego, se describe la metodología híbrida (relacional e interactiva) del proyecto, sus principales procesos, los productos del paquete de D6S (diagnóstico, talleres disruptivos y experiencias multisensoriales) y el modelo de gestión. Finalmente, se muestra el cronograma, el presupuesto y los indicadores del proyecto.

Para D6S es fundamental el trabajo colaborativo entre sordos y oyentes, reconocer las capacidades del otro, la interacción y el intercambio de experiencias y saberes que permitirá diseñar productos y servicios culturales que tengan en cuenta las particularidades de las personas sordas. En D6S es esencial las tecnologías (conocimientos diversos), las artes y sus procesos interactivos para que crear puentes culturales de comunicación entre sordos y oyentes; puentes que logren un reconocimiento de los aportes culturales del otro y un mejor relacionamiento.

D6S reconoce que el sexto sentido apela a la conexión entre individuos, al lenguaje universal que existe entre seres humanos y que elimina las barreras idiomáticas, culturales y sociales; el sexto sentido une en la diferencia. Es un lenguaje intuitivo que se expresa a través del cuerpo, de las emociones y de la empatía como elementos que contribuyen a pensar una sociedad más inclusiva desde el arte.

2. Descripción del proyecto

Distrito Sexto Sentido busca reducir la barrera comunicativa entre las personas sordas y la sociedad oyente a través de la creación de productos y/o servicios que contribuyan a sensibilizar a la sociedad en temas de inclusión. Para ello el camino que D6S ha elegido es sensibilizar y formar a los involucrados en la producción cultural sobre la problemática que plantea el proyecto. De esta manera, a través de un portafolio de servicios (asesorías, talleres y experiencias multisensoriales) diseñado para exponer los elementos principales de la cultura sorda se espera que desde el sector se promuevan más iniciativas que tengan en cuenta las necesidades e intereses de la comunidad sorda.

Es indispensable que el contenido de los productos y/o servicios, por un lado, acerque la experiencia diaria de los sordos a los oyentes y, por otro lado, se convierta en una oferta cultural incluyente y atractiva para las personas sordas, que resalte las características principales de su comunidad y que articule artes, tecnologías e interactividades.

El proyecto articula dos ejes principales:

1. Eje de sensibilización y formación. Consiste en la realización de un diagnóstico aplicado a las organizaciones culturales para medir qué tan incluyente es su infraestructura y el contenido que ofrece. Posteriormente, se ejecutarán talleres de sensibilización, lengua de señas para el sector cultural, arte digital y comunicación. De esta forma, se promoverá en las organizaciones de

diferentes alternativas o capacidades para ofrecer servicios y productos que tengan en cuenta las particularidades de la comunidad sorda.

2. Eje de creación y experimentación. A través del diseño e implementación colaborativa de una experiencia multisensorial entre los involucrados en la producción cultural (oyentes) y artistas sordos, se puede generar un espacio donde ambas culturas interactúen y ofrezcan una experiencia estética que revolucione los sentidos de todos los públicos.

3. Antecedentes

Algunas iniciativas culturales que se han destacado en su momento por promover la inclusión de los sordos en un contexto nacional son: Cine Para Todos (Inclucine), el concierto de La 33 (en el Día Mundial de la Discapacidad), Festival Cultural del Silencio, las visitas guiadas en Lengua de Señas Colombiana (LSC) en el Museo Nacional de Colombia, las actividades con servicio de intérprete de la Biblioteca Luis Ángel Arango (BLAA), en Bogotá, y "Sin palabras", el primer café-bar para sordos. Además de estas actividades y espacios nacionales, también mencionaremos dos referentes internacionales para tener un contexto más amplio de lo que se ha hecho en otros países y ha contribuido a diversificar la oferta cultural en esos lugares.

En el plano nacional, Cine Para Todos es una iniciativa que ofrece servicios y soluciones para garantizar los derechos de acceso a la información y comunicación de las personas ciegas y sordas, por lo que brinda espacios de inclusión para esta población. ¿Cómo se hace? A través de la intervención de algunas películas con un sistema de audiodescripción, subtítulos e interpretación de lengua de señas para que las personas ciegas y sordas puedan disfrutar este producto. Además, ofrece guías de formación para los gestores culturales que deseen trabajar con esta población, con proyectos orientados en la organización de una programación cinematográfica (Inclucine, Lecciones de cine para personas sordas y personas ciegas).

Por otro lado, La 33, orquesta de salsa colombiana, fue la protagonista de un evento sin precedentes para esta población. El 14 de diciembre de 2016 se realizó un concierto para personas sordas que buscó cambiar imaginarios con respecto a esta comunidad; en otras palabras, el objetivo era que las personas sordas también pudieran disfrutar de la música. ¿Cómo se logra esto? A través de un concierto que dejará de lado las formas tradicionales, no era solo el hecho de escucharlo sino de verlo y sentirlo, con la ayuda de intérpretes de lengua de señas (las cantantes simbólicas), pantallas de última tecnología y la vibración de la música en plataformas adecuadas para ellos. En este evento participaron el Instituto Nacional para Sordos (InSOR), el Ministerio de Salud, el Ministerio del Interior y los otros ministerios que hacen parte del Consejo Nacional de Discapacidad. También participó la Alcaldía Mayor de Bogotá, el Centro Comercial Gran Estación y activistas.

Otro evento masivo que vale la pena mencionar es el Festival Cultural del Silencio, realizado el 29 de septiembre de 2018, en Bogotá. Este festival artístico fue el primer evento organizado y gestionado desde la comunidad sorda para integrar e incluir artistas sordos y oyentes. Las áreas artísticas que fueron protagonistas en el Festival fueron: la danza, las artes plásticas, la fotografía y el teatro. También fue relevante el espacio para la gastronomía, una de las actividades que también llama la atención de la comunidad.

En cuanto a los servicios culturales clásicos, se encontró que tanto la Biblioteca Luis Ángel Arango como el Museo Nacional están implementando actividades incluyentes. El servicio de interpretación en LSC en las actividades culturales que realizan es una clara evidencia de la búsqueda por hacer estos espacios accesibles a la comunidad sorda.

Sin palabras, el primer café-bar para sordos, nace de una iniciativa de tres mujeres que después de ver una pareja hablando en LSC, se cuestionó acerca de los lugares de esparcimiento que tenía esta población. Es así como nace este lugar donde los sordos son los dueños del espacio y son los oyentes los que tienen que adecuarse al

lugar. Los meseros son sordos y el espacio en general está comprendido para las necesidades de esta población: las cartas (sirven de puente de comunicación entre los visitantes y meseros ya que allí se encuentran las señas para cada cosa), los interruptores encienden las bombillas cuando el visitante quiere ordenar, el piso vibra sutilmente, pero hace que las personas sientan las ondas de la música, y en fin todo lo que está ahí está por alguna razón, nada al azar.

A nivel internacional se destacan dos iniciativas artísticas relacionadas con estimulación de sentidos para las personas en condición de discapacidad. La primera es Sencity, una fiesta musical para las personas sordas en Berlín. En 2010, a través de pistas que vibraban, pantallas donde se mostraban animaciones y videos y grandes ventiladores que arrojaban diferentes aromas de acuerdo con la melodía de la canción, las personas sordas pudieron compartir con los oyentes y disfrutar de la música. Esta fiesta contó con la participación de un rapero sordo finlandés: Signmark, alias Marko Vourieheimo. En esta ocasión, además de las vibraciones (sentido del tacto) y las pantallas (sentido de la vista), se estimula otro sentido en la audiencia: el olfato.

La segunda iniciativa hace referencia a una exposición en España. Del 14 de julio al 25 de agosto de 2017 se realizó una exposición en Málaga que tenía como tema la discapacidad (física, cognitiva, visual, auditiva) y las barreras sociales. Esta exposición se llamó el Museo de los Sentidos, aquí cada artista tuvo en cuenta que su obra pudiera percibirse a través de otros sentidos diferentes al de la vista. En esta exposición era fundamental la interacción entre el espectador y la obra que veía, que el espectador pudiera acercarse y tocar la obra, para comprenderlas y disfrutarlas mejor. Esta exposición tenía como objetivo incluir a todos los públicos a través del arte y hacer un arte incluyente, un arte cuyo contenido también fuera accesible para las personas en condición de discapacidad. Las áreas artísticas que abarcó esta exposición fueron múltiples: escultura, pintura, cerámica, literatura ilustrada, video-arte, instalaciones y fotografía.

4. Problema cultural

Alternativas limitadas en las organizaciones culturales para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes.

4.1 Diagnóstico

Según el Censo del DANE de 2005 en Colombia existen 455.718 personas sordas y en Bogotá hay 54.092 personas sordas¹. Según el Registro para la Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad (RLCPD), las alteraciones que más se presentan son las que están relacionadas con la movilidad del cuerpo (50.3%), le sigue alteraciones en los ojos y en el sistema nervioso (41%) y luego alteraciones en los oídos (19%)². En este sentido, se observa que las personas sordas son una minoría aún entre las personas con algún tipo de discapacidad.

Según el Reporte de Matrícula del Ministerio de Educación Nacional de 2008, sólo el 0.08% de los estudiantes matriculados en el país presenta alguna deficiencia auditiva y solo cuatro personas sordas de nueve que inician su vida académica, culminan sus estudios³. Además, observando las estadísticas que recoge el Observatorio Social del Insor del RLCPD es evidente que la participación de la población sorda en los niveles académicos superiores va disminuyendo considerablemente. De 98.983 personas sordas que indican tener algún nivel de estudio, solo 253 personas sordas terminan sus estudios universitarios y solo 42 personas sordas poseen un título de pregrado⁴. En parte esta baja estadística de participación educativa de las personas sordas se

1 Instituto Nacional para Sordos (Insor). *Estadísticas básicas población sorda colombiana*. Recuperado de: <http://www.insor.gov.co/observatorio/estadisticas-basicas-poblacion-sorda-colombiana/>, el 15 de abril de 2018.

² Lineamientos generales para la implementación de la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social en entidades territoriales 2013-2022. Recuperado de: www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/politica-publica-discapacidad-2013-2022.pdf, el 9 de junio de 2018.

³ Instituto Nacional para Sordos (Insor). *Boletín Observatorio Social de Población Sorda Colombiana. Estadísticas e información para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población sorda colombiana*. (p. 29) Recuperado de: <http://www.insor.gov.co/historico/images/bolet%C3%ADn%20observatorio.pdf>, el 30 de mayo de 2018.

⁴ *Ibid.* (p. 27)

debe a la falta de un servicio de interpretación en Lengua de Señas Colombiana (LSC) en las entidades educativas.

En cuanto a la participación de las personas sordas en el mercado laboral, el Censo indica que solo el 16% de las personas sordas registradas en edad de trabajar cuentan con algún empleo⁵. Esto hace que los sordos sean una comunidad con una dependencia económica alta.

Por otra parte, se identificó que los sordos son una comunidad de líderes y que en Bogotá se encuentran cinco asociaciones destacadas por proteger y defender su identidad: la Sociedad de Sordos de Bogotá (SORDEBOG), la Fundación Centro Cultural para Sordos de Colombia, la Asociación de Sordos de Suba (ASORSUB), Arcoíris de Sordos y la Fundación Árbol de Vida (FUNDARVID)⁶. En este sentido, es importante destacar que el 60% de los miembros de estas asociaciones prefieren comunicarse con la LSC, lo que demuestra que la lengua de señas es un elemento fundamental en la identidad de las personas sordas. Aunque los sordos pueden hablar porque su aparato fonoarticulador está bien, solo el 9% de los miembros de estas asociaciones usa el español oral⁷. Esto confirma la importancia de ofrecer servicios educativos, sociales, culturales, jurídicos y de salud con el servicio de interpretación de señas.

Para recolectar datos sobre la relación entre las personas sordas y las organizaciones o espacios culturales se realizó una encuesta. A continuación, se presenta su ficha técnica:

⁵ *Ibid.* (p. 19-21)

⁶ Instituto Nacional para Sordos (Inсор). *Boletín Observatorio Social de Población Sorda Colombiana. Estadísticas e información para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población sorda colombiana*. Boletín N° 2 - junio de 2011. (p. 13) Recuperado de: http://www.insor.gov.co/descargar/publicaciones/boletin_observatorio02.pdf, el 30 de mayo de 2018.

⁷ *Ibid.* p. 19.

Nombre de la encuesta	Encuesta comunidad sorda
Encuesta realizada por	D6S
Fecha de recolección	26 de abril de 2018 al 16 de mayo de 2018
Ciudad	Bogotá
Tamaño de la muestra	39 encuestas
Técnica de recolección	Cuestionario estructurado vía encuestas realizadas personalmente a las personas sordas
Fecha del reporte	24 de mayo de 2018

Tabla 1. Ficha técnica *Encuesta comunidad sorda*
Elaboración propia

Análisis de la encuesta comunidad sorda

Esta encuesta recolectó datos que permitieron caracterizar a la población sorda, reconocer sus necesidades, sus preferencias e intereses en cuanto al consumo de servicios y productos culturales y la pertinencia de la oferta cultural actual para esta población. También permitió comprender los aspectos positivos y negativos de la relación entre las personas sordas y la oferta cultural existente en Bogotá y las dificultades que tienen para acceder a los servicios culturales. De esta manera, los resultados ofrecen una guía sobre los intereses culturales de las personas sordas en cuanto a los servicios clásicos y un esbozo de cómo se puede mejorar la oferta cultural para hacerla más atractiva e incluyente.

Uno de los hallazgos que llamó la atención fue que la actividad principal que prefieren realizar tanto hombres como mujeres sordas en su tiempo libre es “Leer o escribir”. Esta actividad como la de “Practicar algún deporte” son las que tienen en común ambos sexos. Sin embargo, las mujeres tienen una mayor participación en actividades plásticas, mientras que en los hombres se destacan los “Proyectos personales de emprendimiento” y “Tejer, hacer manualidades, cocinar”. Este último ítem, recoge la asistencia del 20% de los encuestados en ferias gastronómicas y artesanales. En cuanto a la categoría de otros, las personas respondieron actividades como la música, ayudar a la comunidad sorda y oficios estéticos.

Conforme con lo que muestra el cruce de variables, las actividades manuales, además de la lectura y la escritura, son de gran importancia para esta comunidad, así que realizar proyectos o actividades que promuevan no solo su participación sino también su protagonismo como creadores en estas áreas contribuyen al fomento de verdaderas actividades que interesen y tengan su origen en la población.

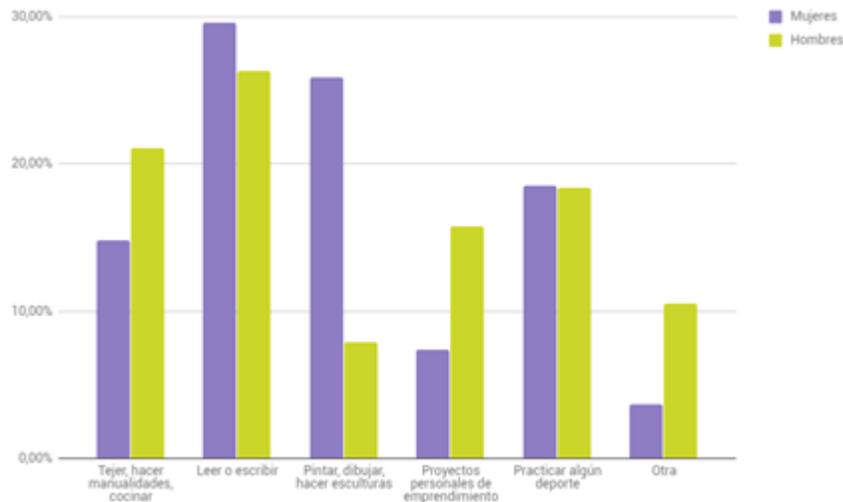


Gráfico 1. Intereses de las personas sordas
Elaboración propia

No obstante, llama la atención que al recolectar datos en redes sociales no se destacan las mismas actividades o intereses que tiene el resultado más alto en la encuesta⁸. Si leer y escribir es la actividad en la que más ocupan su tiempo libre, en Facebook solo el 1% de los perfiles vistos tiene alguna referencia en libros⁹. Las redes evidencian que el 38% de los perfiles tienen un gran interés en temas relacionados con su comunidad, por ejemplo, festivales de sordos, iniciativas culturales para promover la inclusión (Cine Para Todos/Inclucine), organizaciones que ofrecen servicios para disminuir la barrera comunicativa de las personas sordas y oyentes (Centro Relevo), etc. Por último, en lo que sí coinciden ambas fuentes de datos es que el deporte es un área relevante en la comunidad.

⁸ Se complementa el trabajo de la encuesta con este ejercicio porque el 29.7% de los encuestados indicaron que este es el medio por el que se enteran de la actividad cultural de la ciudad.

⁹ La muestra de perfiles revisados en redes sociales (Facebook e Instagram) es de treinta (30).

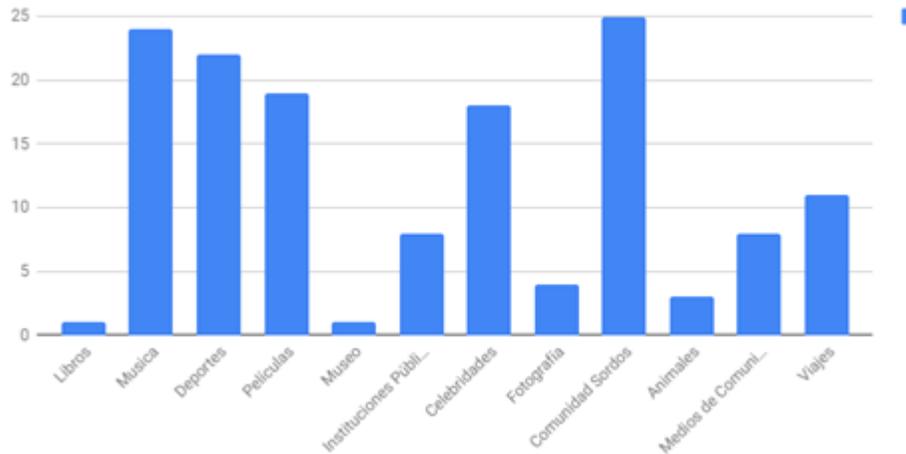


Gráfico 2. Intereses de las personas sordas en Facebook
Elaboración propia

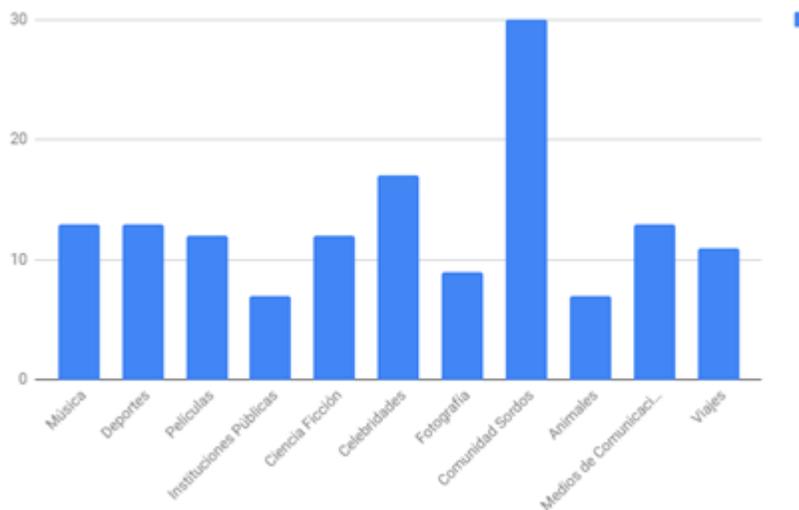


Gráfico 3. Intereses de las personas sordas en Instagram
Elaboración propia

Otro hallazgo relevante es que la calificación de los espacios culturales (bibliotecas, museos, cine, clases de danza, festivales y ferias, conciertos, obras de teatro y muestras de arte y fotografía) de las personas sordas está relacionado con la asistencia frecuente o poco frecuente a estos espacios. Por ejemplo, el 43,5% de las personas sordas tiene una mala percepción del servicio de las bibliotecas y el 41% una buena. Al sumar la calificación 1 y 2 de la frecuencia “una vez al mes”, el

porcentaje de personas sordas que califican mal este servicio es del 17,9%. Asimismo, al sumar la calificación 4 y 5 de la frecuencia “Nunca” este porcentaje es del 15,3%. En este caso se infiere que la buena percepción que se tiene de las bibliotecas está relacionada con la no asistencia a ellas y la mala percepción, con la asistencia continua.

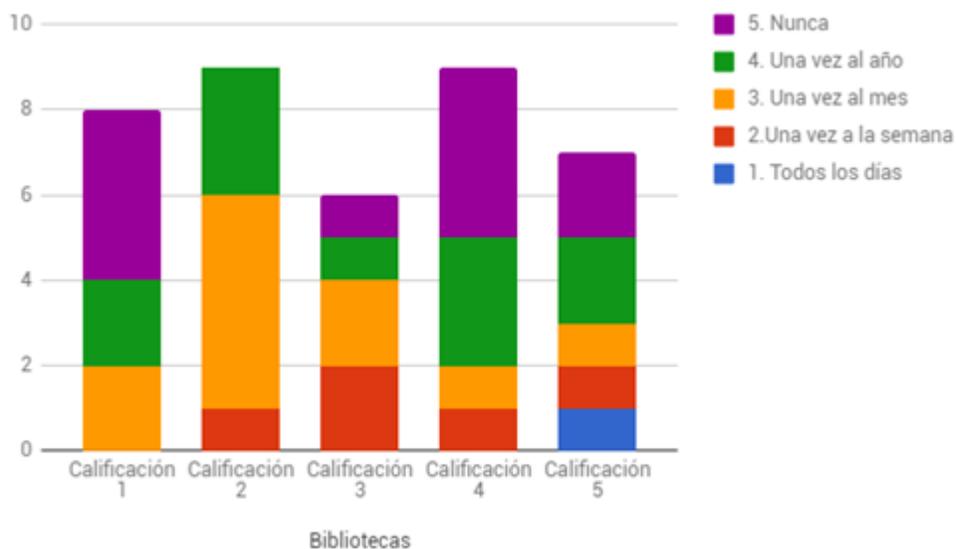


Gráfico 4. Calificación y frecuencia de asistencia a bibliotecas
Elaboración propia

Para profundizar en el tema se conversó con María Isabel González, profesional de servicios al público de la Biblioteca Luis Ángel Arango (BLAA) y encargada de los programas de promoción de lectura y acceso a la información para las personas en condición de discapacidad. González se encarga de las actividades de la biblioteca para personas sordas o con algún tipo de discapacidad auditiva. Una de las principales dificultades encontradas al desempeñar esta labor es que una minoría de la población sabe el idioma español y que los pocos que lo saben no buscan experiencias estéticas en la palabra escrita. El instrumento refuerza esta afirmación, ya que la tendencia entre los encuestados arroja que, aunque les gusta leer, no buscan leer literatura (novelas, poesía, etc.), prefieren textos informativos. La labor principal de González ha sido crear espacio en los que la biblioteca, como centro de conocimiento, dialogue con las particularidades de la población. En este caso el proyecto “La paz se toma la palabra”, liderado por el Banco de la república, explica en lengua de señas conceptos usados

en el proceso de paz. La definición es un proceso colectivo que parte de las dudas y es apoyado por intérpretes, sordos, antropólogos e historiadores.

La entrevista con González más el análisis de las variables de la encuesta relacionadas con las bibliotecas y la cultura escrita demuestran que el aprendizaje y los procesos lectores son diferentes para las personas sordas, por esto la biblioteca debe transformarse más allá de contar con personal que sepa lengua de señas. Abrir espacios de encuentro entre la comunidad sorda y oyente que se nutran de las particularidades y necesidades de la población es una estrategia que puede potenciar la asistencia. González expresó las dificultades en la divulgación de las actividades de la biblioteca para las personas sordas, pues los medios tradicionales son insuficientes. En la encuesta, un alto porcentaje afirmó que no asiste a actividades culturales por desconocimiento y la principal forma en la que se enteran, también según la encuesta, es por redes sociales.

En el caso de los museos, las frecuencias de visita son más altas “una vez a la semana” con un 17,9% “una vez al mes” con un 25,6% y “una vez al año” con un 28,2% para un total de 71,7%, lo que implica que las personas sordas tienden a frecuentar en mayor medida estos espacios. En cuanto a la percepción de los museos al agrupar la calificación 1 y 2 el 35,8% de las personas sordas perciben como malo el servicio de los museos y el 46,15% lo califican como bueno. Aquí quienes tiene una buena percepción de los museos son quienes asisten regularmente y quienes tiene una mala percepción son los que nunca han asistido a uno.

La buena percepción y los índices de asistencia evidencian el esfuerzo de los museos por garantizar el acceso de esta población a sus servicios y resalta las iniciativas que han tenido los museos como las visitas guiadas en lengua de señas y los talleres dirigidos a personas sordas que promueven la inclusión.

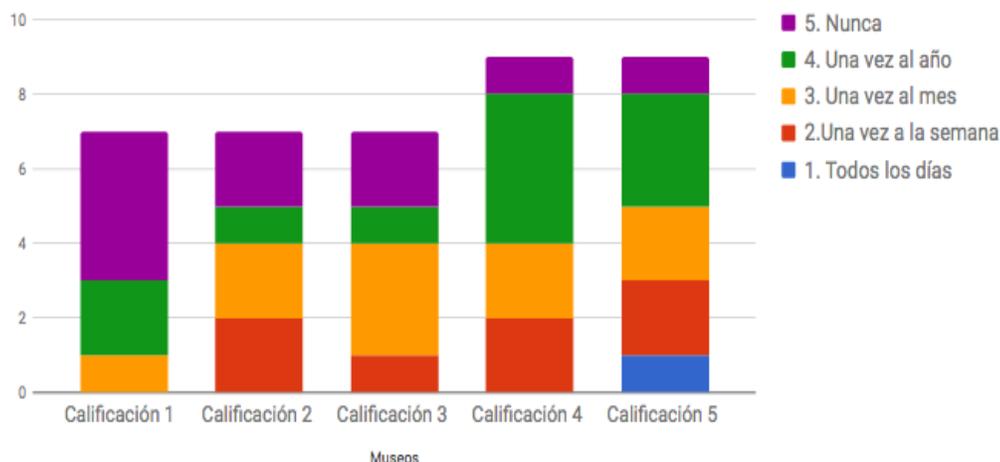


Gráfico 5. Calificación y frecuencia de asistencia a museos
Elaboración propia

Un último espacio que vale la pena mencionar es el cine. Este es el servicio cultural más frecuentado por los sordos, tendencia que se refleja al sumar la asistencia de las variables “todos los días”, “una vez a la semana” y “una vez al mes” que dan un total del 79,4%. En lo relacionado a las calificaciones, es claro que este público tiene una mejor percepción de este servicio siendo la calificación 3 la que más agrupa el mayor número de personas sordas que representan un 35,8%. Si sumamos la calificación 4 y 5 esto representa el 38,4% de la población.

Esta tendencia manifiesta que las iniciativas como Cine Para Todos, liderada por el Ministerio de Tecnologías de la Información (MinTic) y Comunicaciones y la Fundación Saldarriaga Concha, para incluir a la población ciega y sorda ha cautivado a un grupo de la comunidad sorda. Asimismo, evidencia el marcado interés de las personas sordas por el tema visual.

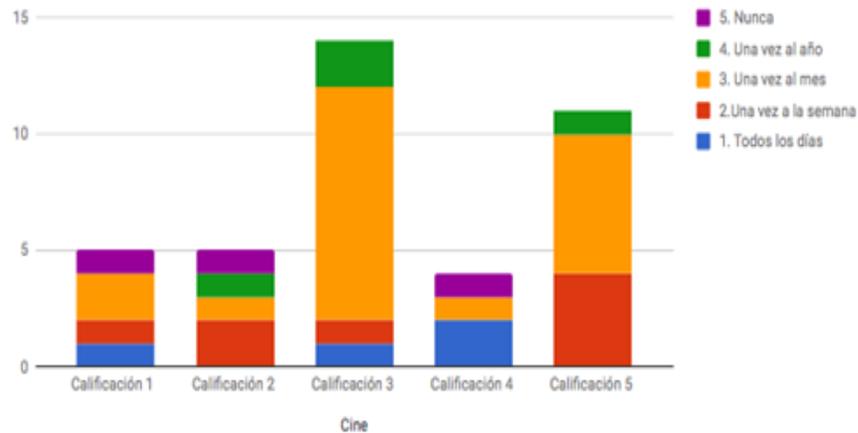


Gráfico 6. Calificación y frecuencia de asistencia a cine
Elaboración propia

Para profundizar en el tema, según Norma Sánchez, gerente de Operaciones de la Fundación Saldarriaga Concha, el cine es uno de los productos culturales que más se ha adaptado para las personas sordas: la adaptación se hace por medio de subtítulos en lengua de señas. Con el apoyo del MinTic se han proyectado películas de contenido familiar con estos subtítulos característicos. Si bien el cine se posiciona como la actividad favorita, Andrés Martínez, una de las personas sordas entrevistadas a profundidad dijo que, aunque asiste a las funciones, no siempre subtituladas, le llaman más la atención las películas con personajes o temáticas que involucren personas sordas que las adaptadas. En este sentido, proyectos como Cine Para Todos debería preocuparse más por la representación y la elección de las películas que por la adaptación.

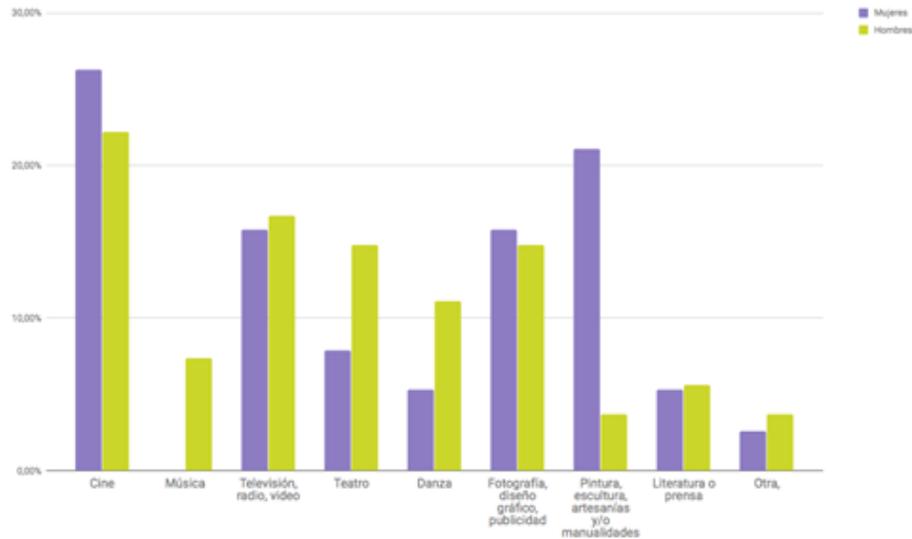


Gráfico 7. Prácticas culturales que interesan a las personas sordas
Elaboración propia

En síntesis, el diálogo con Andrés Martínez, sordo de nacimiento, permitió indagar sobre la percepción de la comunidad sobre las bibliotecas, museos, cines y danza y entender las cifras de la encuesta y crear relaciones con las opiniones de los profesionales de estos espacios culturales. Martínez concuerda con González en las bajas competencias lecto-escritoras de las personas sordas, por la lengua de señas, además, tanto niños como adultos tienden a ser concretos y les cuesta interpretar metáforas. En este sentido más que traducciones, es necesario hacer adaptaciones artificiales. La lengua de señas, repitió Martínez, es patrimonio y eje central de la cultura sorda.

En cuanto a museos y cine, el entrevistado concuerda en que el principal problema es la falta de representación de la comunidad sorda en las obras y películas. Insistió en que existe un gran desconocimiento en la historia de la comunidad y sus agremiaciones, una exposición que trate sobre este tema puede ser útil e interesante para la comunidad. El tema de danza es más individual, pero existe un bailarín sordo de danza contemporánea en Bogotá que ha liderado proyectos para la comunidad, desde el conocimiento de las particularidades y necesidades a la hora de bailar.

Por otra parte, los intérpretes son otro actor importante en la forma como la comunidad sorda se relacionan con los oyentes y en general con los servicios que les presta la sociedad. Los intérpretes (oyentes) reconocen que la comunidad sorda y la oyente tienen culturas diferentes así se habite un mismo país, región y/o ciudad. Lo anterior, tiene que ver por el hecho del relativismo lingüístico, pues es la lengua lo que los define y estructura, es parte de su identidad y su forma de existir en el mundo. Lo anterior, se ve evidenciado en la estructura de la lengua, la gramática, el uso (desuso) de los conectores lógicos, de los tiempos verbales y hasta el mismo sentido del humor es diferente.

A diferencia de la comunidad sorda, la oferta (cantidad) y calidad de los servicios culturales, los intérpretes la califican de deficiente por temas como la accesibilidad, el tipo de contenidos que ofrecen, las dificultades en la comunicación para la atención (servicio al cliente) de personas sordas y la falta de programación ajustada a sus necesidades e intereses culturales. No obstante, consideran que las organizaciones culturales que ofrecen un buen servicio para la comunidad sorda son los museos y el cine, cuando existe la representación sorda, y rescatan el proyecto de MinTic, Cine para Todos. Según ellos, la representación sorda en una película es muy importante, ya que es diferente una película que tenga el servicio de interpretación de LSC a una película donde dialoguen en lengua de señas, pues el segundo caso genera más interés, lo mismo sucede cuando el actor es sordo. Hablar en lengua de señas o encontrar actores sordos en las películas promueve el interés de la comunidad porque pueden identificarse con el contenido que están viendo. Este punto es pertinente para los programas que estimulen este tipo de oferta cultural (como Cine Para Todos) o para los mismos creadores y productores de películas.

En este sentido, los intérpretes observan que en el sector cultural se deben abrir espacios con el diseño y participación de la comunidad sorda para asegurar y validar los procesos de inclusión en la cadena y propuesta de valor hacia la comunidad.

Después de este primer acercamiento para caracterizar la comunidad sorda e identificar las principales causas del problema cultural fue necesario complementar estos primeros datos con otros dos cuestionarios. El primero corresponde a la relación entre personas sordas y oyentes y el segundo indaga qué tan incluyentes son las organizaciones culturales y qué tan pertinente es un proyecto como D6S. A continuación, se relaciona la ficha técnica utilizada:

Nombre de la encuesta	Comunidad sorda y personas oyentes
Encuesta realizada por	D6S
Fecha de recolección	12 de octubre de 2018 al 25 de octubre de 2018
Ciudad	Bogotá
Tamaño de la muestra	109 encuestas
Técnica de recolección	Cuestionario estructurado vía encuestas digitales a oyentes que viven en Bogotá.
Fecha del reporte	26 de noviembre de 2018

Tabla 2. Ficha técnica *Comunidad sorda y personas oyentes*
Elaboración propia

Análisis de la encuesta sobre la comunidad sorda y los oyentes

Con este instrumento se evidenció la poca relación que tienen los oyentes con esta comunidad y los supuestos que se tiene sobre las personas sordas por la falta de contacto con ellas o con personas que sepan de sus particularidades. El 94.4% de los encuestados respondió no tener familiares sordos y solo el 41.1% conoce alguna persona sorda. El 96.3% no sabe Lengua de Señas Colombiana (LSC), la lengua principal de las personas sordas, y el 92.5% de los encuestados creen que las personas pueden leer en español. En este punto, es fundamental recordar que el español es la segunda lengua en las personas sordas y, por tanto, como lo indicaron las conversaciones con María Isabel González (profesional de servicios al público de la Biblioteca Luis Ángel Arango) y Andrés Martínez (sordo de nacimiento) el nivel de lecto-escritura en español de las personas sordas es bajo.

El alto porcentaje de no saber LSC, el alto porcentaje de no conocer el humor de la comunidad sorda (el 97.2% de los encuestados señalaron no conocer algún chiste sordo) y el alto porcentaje de creer que las personas sordas leen en español son índices de la falta de contacto entre personas sordas y oyentes y el desconocimiento sobre temas y características principales que identifican la cultura de esta comunidad. No obstante, el 86% de los encuestados indicaron que les gustaría saber más de la comunidad sorda. Este es un resultado significativo para D6S porque en su propuesta siempre se preocupa por generar encuentros e intercambios entre las personas sorda y los oyentes.

Finalmente, para identificar qué tan pertinente es el proyecto, se realizó la encuesta sobre *Inclusión en organizaciones culturales*, cuyo objetivo fue obtener información acerca del estado actual de las organizaciones en temas de inclusión y medir qué tan abiertos están los involucrados en la producción cultural a invertir en iniciativas que amplíen y fortalezcan sus capacidades para generar propuestas de valor que vinculen a las personas en condición de discapacidad, especialmente a las personas sordas. A continuación, se relaciona la ficha técnica de la encuesta:

Nombre de la encuesta	Inclusión en organizaciones culturales
Encuesta realizada por	D6S
Fecha de recolección	17 de noviembre de 2018 al 30 de noviembre de 2018
Ciudad	Bogotá
Tamaño de la muestra	50
Técnica de recolección	Cuestionario estructurado vía encuestas digitales a miembros de organizaciones culturales.
Fecha del reporte	30 de noviembre de 2018

Tabla 3. Ficha técnica *Inclusión en organizaciones culturales*
Elaboración propia

Análisis de la encuesta sobre inclusión en organizaciones culturales

De la información recolectada se destacan los datos que permiten identificar las necesidades de los *stakeholder* directos, sus características, sus intereses, sus dinámicas y su infraestructura, ofreciendo así una radiografía de las organizaciones culturales.

Uno de los resultados que más llamó la atención fue el tema de la infraestructura porque la mayoría de organizaciones culturales para garantizar la inclusión cuenta con rampas, corredores y espacios para sillas de ruedas y acceso a perros guías; sin embargo, para las personas sordas estos espacios no cuentan con pantallas interactivas, videos explicativos o servicio de interpretación en LSC. De ahí que el 68% de los encuestados no considere que las personas sordas puedan acceder a su contenido con las herramientas y dispositivos con los que cuenta actualmente la organización.

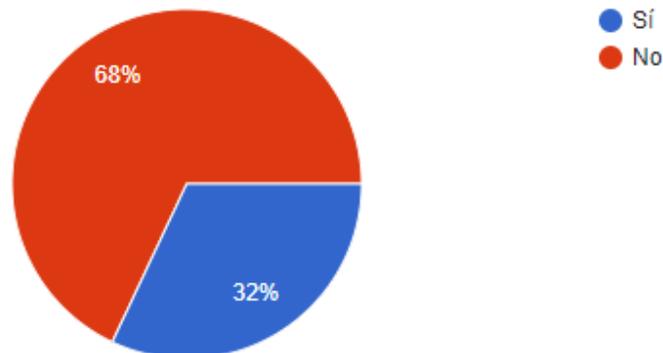


Gráfico 8. ¿Considera usted que las personas sordas pueden acceder a su contenido con las herramientas y dispositivos actuales con las que cuenta su organización?
Elaboración propia

En este sentido, la pregunta abierta: ¿Cuáles considera usted que son las herramientas necesarias para que una persona sorda pueda acceder a sus servicios y/o contenido? arrojó resultados interesantes. Según los encuestados se destacan herramientas tecnológicas e interactivas, el uso de intérpretes y la capacitación del personal en lengua de señas.

Asimismo, se evidenció la barrera comunicativa entre las personas sordas y las organizaciones culturales porque al indagar sobre si consideran o no que la comunidad sorda hace parte del público objetivo de sus contenidos, un 44% aseguró que no, frente a un 56% que aseguró que sí. Esto puede evidenciar, por un lado, la falta de conocimiento en la creación de contenidos inclusivos o, por otro lado, la falta de interés. En los dos escenarios se observa una gran oportunidad de negocio para los servicios de D6S en este sector, porque con ellos se pretende crear esos puentes comunicativos que incrementen el interés hacia la comunidad sorda en estas organizaciones.

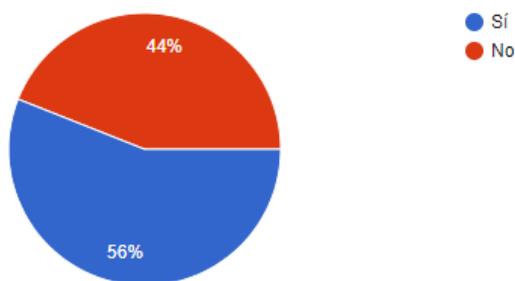


Gráfico 9. ¿Considera usted a las personas sordas como un público objetivo de su contenido?
Elaboración propia

En este mismo tópico, en la encuesta sobresale que el 74% de los encuestados no cuentan con contenido cultural creado por personas en condición de discapacidad frente a un 26% que sí. Por el contrario, la brecha disminuye en cuanto a contenidos relacionados con temáticas sobre discapacidad, ya que el 52% de las organizaciones manejan este tipo de contenido y el 48%, no.

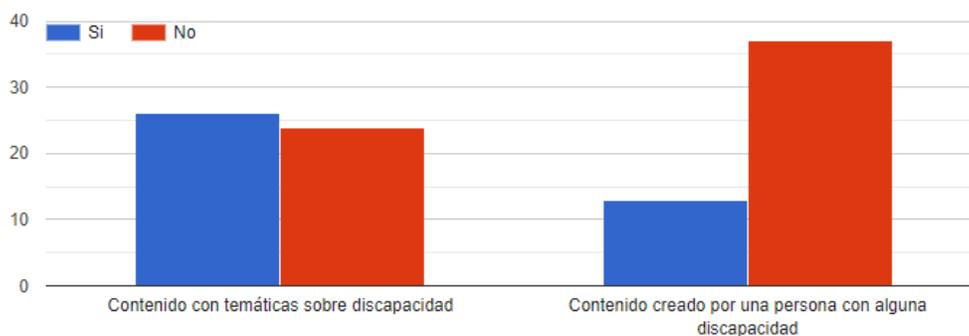


Gráfico 10. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de contenido cuenta su organización?
Elaboración propia

También se evidenció que el 74% de las organizaciones culturales no diseñan productos o servicios inspirados en la cultura sorda y el 70% tampoco tiene en cuenta las particularidades de los sordos para difundir y promocionar sus productos o servicios.



Gráfico 11. ¿Diseña usted productos o servicios inspirados en la cultura sorda?
Elaboración propia

Finalmente, a la pregunta de si estarían dispuestos o no a invertir en un proyecto de formación sobre la cultura sorda y creación de contenidos incluyentes, el 92% de los encuestados respondió afirmativamente.

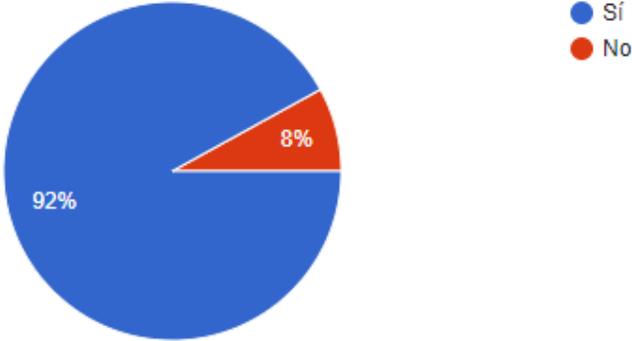


Gráfico 12. ¿Estaría usted dispuesto a invertir en un proyecto de formación sobre la cultura sorda y creación de contenidos incluyentes?
Elaboración propia

Todos estos resultados indican la pertinencia de un proyecto como D6S, un proyecto que facilita el desarrollo de alternativas en las organizaciones culturales, para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y

oyentes, a través de la asesoría y la formación a organizaciones culturales y la co-creación de productos que permitan diversificar la oferta cultural que hay actualmente en la ciudad.

4.2 Árbol de problemas

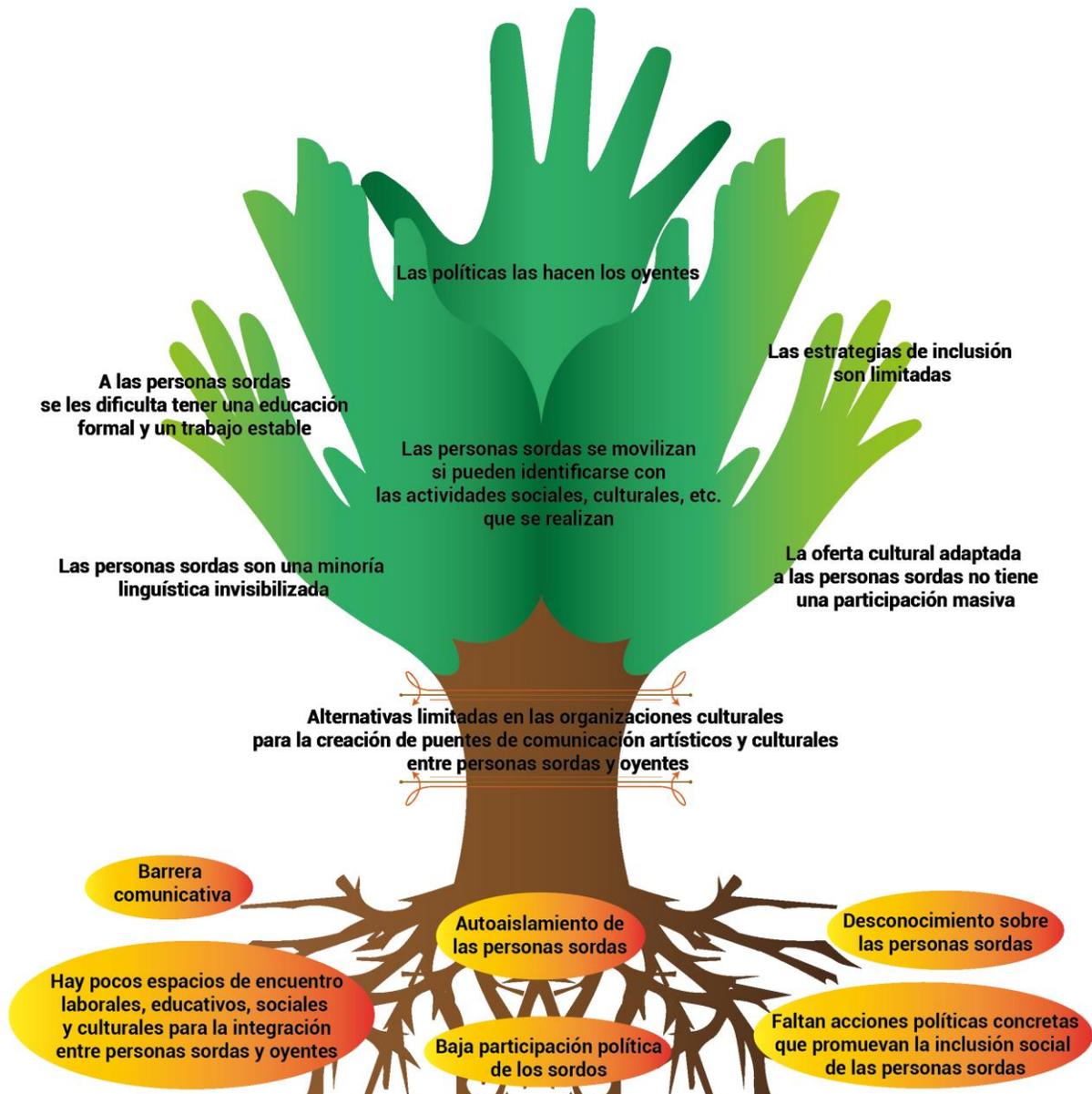


Ilustración 1. Árbol de problemas D6S
Elaboración propia

5. Justificación

Toda persona tiene derechos culturales, estos derechos garantizan que individuos y comunidades tengan acceso a la cultura y puedan participar en los procesos de creación de productos y servicios culturales. Este grupo de derechos debe atender a toda la población sin discriminación alguna. Distrito Sexto Sentido se enfoca en la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes, es decir, utilizar el arte y la cultura como mecanismo de integración y de disfrute para sordos y oyentes. En esta medida, el proyecto aporta al cumplimiento de los derechos culturales para una población minoritaria que no ha sido atendida del todo en términos culturales y a la utilización del arte y la cultura como herramienta de comunicación. D6S tiene un enfoque cultural poblacional prioritario e incluyente.

Para las personas sordas y oyentes el concepto de cultura tiene significados diferentes. Por un lado, la noción de cultura para las personas sordas está estrechamente relacionada con la lengua de señas y la comunidad que se forma gracias a su uso; es a partir de su lengua que se construye una identidad y se forma otro tipo de cosmovisión, lo cual influye en sus gustos, preferencias, chistes, hábitos y costumbres. Por otro lado, la noción de cultura para los oyentes está más relacionada con las artes, las expresiones populares, la gastronomía y otras manifestaciones que pueden agrupar un número mayor de personas. Esta diferencia muestra una clara ruptura comunicativa que se da desde el lenguaje y se extiende a la interacción entre las personas sordas y oyentes; las primeras, no necesariamente leen y hablan en español y las segundas, no necesariamente conocen la Lengua de Señas Colombiana (LSC).

Debido a esta barrera comunicativa y a la falta de interacción entre personas sordas y oyentes se hace pertinente la creación de Distrito Sexto Sentido, un proyecto que le apuesta a la transformación social desde la formación, el arte, la cultura y el diseño de experiencias que promuevan la integración entre la comunidad sorda y la población oyente, construyendo otros diálogos, sensibilizando y contribuyendo al desarrollo y al fortalecimiento del capital social y cultural de la ciudad.

Gracias a la indagación sobre oferta cultural para las personas sordas realizada previamente se pudo deducir que si bien en la actualidad se puede encontrar servicios culturales (como bibliotecas, museos y cines) que están desarrollando actividades y productos que permitan la participación de las personas sordas, esta oferta cultural no es tan atractiva para ellas. Esto se debe a que este tipo de oferta cultural solo adapta los espacios o los productos que las personas sordas consideran hacen parte de la cultura oyente, pero que no son representativos de la comunidad y no comparten su identidad. Por tal razón, Distrito Sexto Sentido genera espacios donde personas sordas y oyentes pueden co-diseñar una oferta cultural representativa para la comunidad sorda, interactuar y trascender las barreras comunicativas.

6. Objetivos

6.1 Objetivo general

Facilitar el desarrollo de alternativas, en las organizaciones culturales, para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes.

6.2 Objetivos específicos

- Asesorar a organizaciones culturales en la diversificación de una oferta cultural integradora.
- Formar a los involucrados en la producción cultural a través de talleres disruptivos que generen intercambios de prácticas, experiencias y saberes entre personas sordas y oyentes.
- Co-diseñar experiencias interactivas que vinculen a la población sorda y oyente.

7. Marco teórico y conceptual

Las interconexiones teóricas del proyecto se tejen a partir de los siguientes interrogantes: ¿cuáles son las características principales de la comunidad sorda?, ¿cuál es la importancia del lenguaje?, ¿cuál es el cambio de paradigma social que debe darse para reconocer los aportes y participación de la comunidad sorda en los diferentes ámbitos de la sociedad?

7.1 Persona sorda, comunidad sorda y lengua de señas¹⁰

La persona sorda “[e]s todo aquel que no posee la audición suficiente y que en algunos casos no puede sostener una comunicación y socialización natural y fluida en lengua oral alguna” (Insor, s.f., Glosario). Su lengua principal es la lengua de señas, una lengua que no está unificada internacionalmente y que, incluso, nacionalmente tiene algunas variaciones lingüísticas regionales.

La lengua de señas se define como

[...] la lengua natural de una comunidad de sordos, la cual forma parte de su patrimonio cultural y es tan rica y compleja en gramática y vocabulario como cualquier lengua oral.

La Lengua de Señas se caracteriza por ser visual, gestual y espacial. Como cualquiera otra lengua tiene su propio vocabulario, expresiones idiomáticas, gramáticas, sintaxis diferentes del español. Los elementos de esta lengua (las señas individuales) son la configuración, la posición y la orientación de las manos en relación con el cuerpo y con el individuo, la lengua también utiliza el espacio, dirección y velocidad de movimientos, así como la expresión facial para ayudar a transmitir el significado del mensaje, esta es una lengua visogestual. Como cualquier otra lengua, puede ser utilizada por oyentes como una lengua adicional (Insor, s.f., Glosario).

¹⁰ Para dar un mayor contexto, la hipoacusia o disminución de la capacidad auditiva tiene diferentes niveles: leve, entre 20 y 40 dB es difícil entender en entornos ruidosos; moderada, entre 40 y 70 dB es difícil entender sin audífonos; severa, entre 70 y 90 dB hay necesidad de prótesis auditiva o implante coclear; profunda, por encima de los 90 dB no se pueden percibir sonidos (Zalduendo, 2014). Aunque para el presente trabajo es más relevante la relación social y cultural que tienen las personas sordas con la lengua de señas, no se puede desconocer esta terminología médica.

La lengua de señas es una lengua tridimensional porque usa el espacio. En otras palabras, el movimiento de las señas en el espacio construye el mensaje y dependiendo del movimiento pueden variar los significados. Esta es una clara diferencia con el español, una lengua lineal con categorías gramaticales definidas y estructuradas; por eso, cuando un oyente usa la lengua de señas debe tener cuidado de no pretender traducir cada palabra del español, porque estaría incurriendo en lo que se conoce como *español signado*. La gramática de la lengua de señas se parece más a la estructura gramatical del inglés, donde las posiciones de las categorías verbales cambian si se comparan con su ubicación en el español. También vale la pena resaltar que la lengua de señas es una lengua que no tiene escritura. Se llama *sordo seÑante* a “todo aquel cuya forma prioritaria de comunicación e identidad social se define en torno al uso de Lengua de Señas Colombiana y de los valores comunitarios y culturales de la comunidad de sordos” (Insor, s.f., Glosario).

La comunidad sorda

[e]s el grupo social de personas que se identifican a través de la vivencia de la sordera y el mantenimiento de ciertos valores e intereses comunes y se produce entre ellos un permanente proceso de intercambio mutuo y de solidaridad. Forman parte del patrimonio pluricultural de la Nación y [...], en tal sentido, son equiparables a los pueblos y comunidades indígenas [...] (Insor, s.f., Glosario).

Para esta comunidad, el español se considera como segunda lengua, esto conlleva toda una serie de procesos de educación y práctica propios del aprendizaje de una segunda lengua. Por esto, la población sorda relaciona la comunicación escrita y oral con la cultura oyente. Se considera *sordo bilingüe a*

aquel que vive una situación bilingüe en Lengua de Señas Colombiana y castellano escrito u oral según el caso, por lo cual utiliza dos lenguas para establecer comunicación tanto con la comunidad sorda que utiliza la Lengua de Señas, como con la comunidad oyente que usa castellano (Insor, s.f., Glosario).

Según esta relación con la lengua, también se puede encontrar al sordo que no ha desarrollado ninguna lengua, ya sea porque quedó sordo antes de adquirir su primera

lengua oral, ya sea porque no tuvo acceso a la lengua de señas, se llama *sordo semilingüe* (Insor, s.f., Glosario). También está aquel que adquirió una primera lengua oral: el *sordo hablante*, que puede tener dificultades para comunicarse y ayudas auditivas (Insor, s.f., Glosario).

Aunque son varios los pilares de la comunidad sorda: identidad, lengua, historia y cultura, aspectos que giran alrededor de la lucha por la reivindicación de sus derechos, el reconocimiento de su lengua y la construcción del ser social que se forma gracias a su uso, la LSC juega un papel fundamental en el reconocimiento de la comunidad sorda como una minoría lingüística, porque la cultura sorda y la LSC son reconocidas como parte de la diversidad cultural del país¹¹.

Otro aspecto fundamental de la identidad de la cultura sorda es el componente visual y su relación con el humor:

suelen haber diferencias en expresión humorística, ya que los tabúes en tópicos de tipo escatológico, moral o sexual no son considerados groserías ofensivas. Así, se entiende que la importancia del componente visual para los sordos, hace que expresen el humor de un modo mucho más gráfico, debido a su percepción del mundo ligada a las imágenes (González, 2011, p. 18)

De este modo, el sentido del humor es un rasgo cultural característico de la comunidad sorda. Así, las personas sordas han creado un sinnúmero de expresiones idiomáticas, construcciones gramaticales y culturales, vocabulario específico y juegos de palabras que crean construcciones de doble sentido y humor para la comunidad.

Otros de los dos aspectos relevantes son los asuntos particulares de la fe o espiritualidad y la posición frente a la tecnología. El primer aspecto es el acercamiento o distanciamiento que han tenido de la institución e influencia de la iglesia, junto con el acceso a la información que han tenido, ya que son escenarios de la población oyente:

¹¹ González Vicente, Virginia, 2011. *Un acercamiento histórico a la Comunidad Sorda de Bogotá*. Proyecto Cátedra, SED - FENASCOL p. 14.

El simple hecho de no hacer parte del boca a boca al que acostumbramos los oyentes, como modo de transmisión informal de la información, y el difícil acceso a los medios de comunicación, que no suelen tener en cuenta a esta comunidad, crea grandes diferencias en aspectos muy profundos de la cultura, como la religión, la idiosincrasia y el mismo sentido del humor (González, 2011, p. 17).

En cuanto a la percepción de la tecnología se tienen en cuenta dos vías: la primera hace referencia a la oportunidad de conexión y comunicación y la segunda se refiere a la amenaza que pueden representar los avances tecnológicos en el área de la salud, “sobre todo en relación a las soluciones tecnológicas para la sordera, tal y como plantean la ingeniería genética y los implantes cocleares” (González, 2011, p. 18-19).

En este orden de ideas, D6S reconoce el valor y el aporte artístico que la cultura sorda ofrece para contribuir con la diversificación de los contenidos culturales que se ofrecen en las organizaciones del sector. No solo tener en cuenta sus particularidades e intereses: lo visual, el humor, la identidad, la historia, sino integrarlas en los diferentes procesos del proyecto es la marca diferencial de D6S.

7.2 Relativismo lingüístico

La anterior contextualización de la lengua de estas dos culturas empieza a evidenciar la barrera comunicacional que existe. Al mismo tiempo, muestra la construcción de una identidad y de una visión de mundo que parte, se modifica y se media por la lengua. Dentro de la tradición antropológica, algunos investigadores se han preguntado por la relación que existe entre el lenguaje, la cultura y el pensamiento. Teóricos como Boas, Sapir y Whorf desarrollaron la hipótesis del relativismo lingüístico, también conocida como la hipótesis Sapir- Whorf, que afirma la existencia de “una relación sistemática entre las categorías gramaticales de una lengua y la manera en que los hablantes de esa lengua conciben, categorizan o interpretan el mundo” (Escalera, 2012, p. 61).

El desarrollo de esta hipótesis nace desde la experiencia de Boas con comunidades nativas americanas con una lengua distante de las raíces europeas. El antropólogo relacionó directamente las variaciones lingüísticas con las culturales de forma causal, es decir, una causada por la otra. Sapir amplió este concepto llevándolo más allá de las palabras o categorías gramaticales, para él, la lengua era un conjunto que intervenía en la forma de concebir el mundo. En su trabajo investigativo sobre la lengua amerindia *hopi*, Benjamin Lee Whorf analizó las relaciones existentes entre las estructuras semánticas y sintácticas de la lengua vinculadas con la forma de concebir el mundo de los amerindios. Las conclusiones de Whorf, resultado de su encuentro con la lengua *hopi*, pueden sintetizarse en la clasificación de la experiencia por medio de la lengua, la inclusión de la lengua dentro de un orden del mundo, las formas particulares de clasificación y el uso de palabras naturales con equivalencias técnicas.

Si bien la teoría del relativismo lingüístico ha sido fuertemente criticada por autores más modernos, este proyecto pretende nutrirse más allá de las discusiones entre relativistas y universalistas aceptando una influencia entre la lengua y el entendimiento del mundo, muchas veces asociado con el concepto de cultura. La lengua afecta el pensamiento y modifica la forma en la que se adquiere la información. El lenguaje nos determina, y el conocimiento del mundo llega por medio del lenguaje. Un niño, por ejemplo, no conoce al ratón Pérez, pero cree en él gracias a la lengua.

En el caso de la población sorda, esta exposición, o ausencia de ella, a estímulos lingüísticos desde la infancia aísla a los individuos convirtiendo a la lengua de señas en su motor de relacionamiento y cultura y priorizando las particularidades, como la no linealidad o la tridimensionalidad, de su lengua sobre el español.

7.3 La discapacidad como capacidad

Actualmente, existe un debate acerca del concepto de *discapacidad* enmarcado en los diferentes enfoques que ha tenido el término y como ha sido aceptado o rechazado socialmente. Según el CONPES 166 del 2013 existen diversos enfoques desde los

cuales se entiende y se justifica la discapacidad. El enfoque médico-biológico-funcional indica que “una persona con un problema individual centrado en una alteración corporal [...] requiere cuidados médicos [por lo que asume] un papel de paciente” (2013:14). El enfoque social “centra el problema de la discapacidad en la sociedad y no en el individuo. Así, la discapacidad no es un atributo de la persona, sino un complejo conjunto de condiciones creadas por el entorno” (CONPES 166, 2013:14). Luego viene el enfoque político-legal “que centra sus actuaciones, en el marco del reconocimiento de los derechos de las personas con discapacidad, dando inicio a la organización de grupos sociales en pro de los derechos de esta población” (Ibid.). Por último, se encuentra el enfoque universalista

el cual plantea la discapacidad como un hecho universal, en el que toda la población está en situación de riesgo de adquirir una discapacidad, por lo tanto, las iniciativas públicas deben dirigirse a toda la población. El modelo considera que la discapacidad no es un atributo que diferencia a la persona con discapacidad del resto de la población, sino que es una característica inherente a la condición humana (CONPES 166, 2013:14).

En cuanto a la apropiación y autorreconocimiento del concepto existe un rechazo, ya que para diferentes grupos de personas en “situación de discapacidad” fue un término que les fue asignado pero que no se identifican con él pues parten de la premisa de que son capaces de hacer diversas cosas, pero con esto están siendo etiquetados. Por lo anterior, desde diversas instancias se está empezando a replantear términos como: normalidad, diversidad, diferencia, dependencia, independencia, autonomía, adaptación, apoyo, entre otros.

De esta manera, es importante para el proyecto entender las diversas formas de significación de los términos como capacidad y discapacidad, y con esto tomar una postura para actuar desde allí. De esta manera, se tiene como eje fundamental estas nuevas nociones para entender la discapacidad desde el enfoque social y universalista. Por tal motivo, el enfoque conceptual del proyecto quiere hacer un mayor énfasis y adoptar la perspectiva de las capacidades -lo que cada uno puede y quiere hacer- y no desde la discapacidad.

La esencia de la teoría del enfoque de las capacidades de la filósofa estadounidense, Martha Nussbaum, se encuentra en la siguiente pregunta: “¿qué es capaz de hacer y de ser cada persona?” (Nussbaum, 2012: 38). Esta pregunta es fundamental para el proyecto, porque permite ver la discapacidad como una capacidad, es decir, se trata de reconocer todas las capacidades de las personas, lo que ellas pueden lograr conforme con su ser. Esta visión centra la mirada en la persona, la cual se considera como un fin en sí mismo y no como un medio para conseguir un fin. En otras palabras, las personas como fines son capaces de autodeterminarse y de decidir sobre su futuro y su razón de ser y existir.

Uno de los pilares del enfoque es el respeto por la libertad de las personas y su derecho de elegir su identidad, sus gustos y acciones. En este sentido, “el bien crucial que las sociedades deberían promover para sus pueblos es un conjunto de oportunidades (o libertades sustanciales) que las personas pueden luego llevar, o no llevar, a la práctica: ellas eligen” (Ibid.) Este respeto por la elección reconoce la diversidad cultural, ya que las decisiones que toman las personas difieren según su contexto político, religioso, económico, etc. Este aspecto es importante para el enfoque porque si bien la teoría pretende dar una lista de diez capacidades fundamentales para todas las personas, no intenta imponer de ninguna manera dicho listado; es más, indica que cada sociedad puede y debe adaptar dichas capacidades de acuerdo con su contexto histórico, social y cultural¹².

Este enfoque reconoce y da protagonismo a todas las personas buscando una verdadera igualdad; este enfoque pretende dar voz a todas las culturas que conforman una sociedad:

[...] deberíamos tener siempre presente que ninguna cultura es monolítica. Todas ellas contienen una diversidad de voces y, a menudo, lo que pasa por ser «la» tradición de

¹² Las diez capacidades que estipula Nussbaum en su teoría son: 1. Vida; 2. Salud física; 3. Integridad física; 4. Sentidos, imaginación y pensamiento; 5. Emociones; 6. Razón práctica; 7. Afiliación; 8. Otras especies; 9. Juego; 10. Control sobre el propio entorno (Nussbaum, 2012: 53-54).

un lugar no es más que la manera de ver de los miembros más poderosos de esa cultura, que han gozado de mayor acceso a la expresión escrita y política. Para obtener una versión mínimamente aceptable de «los» puntos de vista de una cultura, tendríamos que buscar las opiniones de las minorías, las mujeres, la población rural y otros colectivos de cuyo modo de ver las cosas es improbable que den cuenta los registros y las descripciones canónicas (Nussbaum, 2012:131).

El reconocimiento de las minorías y la diversidad cultural, el respeto por la libertad de elección, la exaltación de las capacidades de las personas y la búsqueda de igualdad son aspectos que sintetizan la teoría del enfoque de las capacidades y dialogan muy bien con el proyecto. Distrito Sexto Sentido pretende disipar las fronteras establecidas por la sociedad entre las personas sordas y los oyentes a través de los sentidos al resaltar y enfocar el uso de las capacidades de todos sus participantes. Esta idea busca que cada individuo sea valorado desde sus capacidades para garantizar la oportunidad de su poder de elección y autodeterminación. Con este enfoque se respeta las elecciones que han construido la identidad de la comunidad sorda y las características que definen su cultura y su cosmovisión.

7.4 Desarrollo, capacidades y el capital cultural

El enfoque de las capacidades surge como contrapartida de las teorías que buscan justificar la calidad de vida de las personas de acuerdo con la riqueza e ingresos que tengan. El enfoque ubica a todos los individuos bajo un mismo umbral para que a partir de este sean ellos quienes decidan cómo quieren vivir desde sus propias capacidades, lo cual permite que las personas se autoconstruyan desde las capacidades universales y evita que la sociedad las determine en función del desarrollo económico. Este es un punto en el que dialogan Nussbaum y el economista argentino, Bernardo Kliksberg.

Tanto Kliksberg como Nussbaum amplían el horizonte del desarrollo. Ambos critican que no es posible tener en cuenta únicamente los indicadores económicos para hablar del desarrollo, pues es una visión estrecha. Por eso, dirigir la mirada hacia el enfoque de las capacidades o el capital social y cultural es una forma de visibilizar otros aspectos que también contribuyen con el desarrollo de las naciones.

Para Kliksberg una de las definiciones del capital social: “[...] tiene que ver con cohesión social e identificación con las formas de gobierno y con expresiones culturales y comportamientos sociales que hacen que la sociedad sea más cohesiva y represente más que una suma de individuos” (1999: 88). En sincronía con esta definición se encuentra el concepto de cultura entendido como un factor vital de cohesión social en el que las personas se reconocen mutuamente, crecen en conjunto y desarrollan la autoestima colectiva (Kliksberg, 1999:90). El punto de encuentro entre estos dos conceptos es la cohesión social que da sentido al proyecto, porque pretende reducir las barreras comunicativas que dificultan la interacción de las personas sordas con la sociedad.

La lengua de señas, la construcción de los imaginarios de la comunidad sorda, su identidad hace parte del capital cultural que muchas veces desconoce la cultura oyente, es decir, la cultura tradicional, la cultura dominante. Estas capacidades que tiene la comunidad sorda es el centro del proyecto; trabajar con ellas en los diferentes productos que conforman el paquete de servicios en conjunto con los oyentes es colocar en un mismo umbral a las personas, respetando sus libertades y diferencias.

7.5 Bienes y servicios culturales

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) define los servicios culturales como un...

Conjunto de medidas e instalaciones de apoyo para las prácticas culturales que el gobierno, las instituciones privadas o semipúblicas o las compañías ponen a disposición de la comunidad. Ejemplos de tales servicios incluyen la promoción de representaciones y eventos culturales (bibliotecas, centros de documentación y museos). Los servicios culturales se pueden ofrecer de manera gratuita o de manera comercial¹³.

¹³ Alianza Global para la Diversidad Cultural - Glosario. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural->

Y los bienes culturales como “bienes de consumo que transmiten ideas, símbolos y modos de vida. Informan o entretienen, ayudan a construir una identidad individual y colectiva e influyen en las prácticas culturales. Son el resultado de la creatividad individual o colectiva”¹⁴. Además de definir los bienes y servicios culturales como productos que transmiten ideas o instalaciones en donde se pueden desarrollar prácticas culturales, también es pertinente reconocer sus características. La característica principal es que los bienes y servicios culturales ofrecen experiencias

y el gusto por ellos se incrementa en la medida en que se incrementa su consumo; [...] tienen características y propiedades de bienes públicos [...]; resultan de procesos productivos en los cuales la creatividad es un insumo fundamental; [...] conllevan aspectos simbólicos para las personas que los consumen. Es decir, se puede considerar que cumplen un propósito no solamente utilitarista, sino que implican elementos comunicativos más profundos (Ruiz, Jaime citando a D. Throsby, 2009:16).

7.6 Contenido cultural

En la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, de la Unesco, en el 2005, se entiende por contenido cultural “al sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresan” (Art. 4.2). Por tal razón, es relevante que D6S quiera reconocer las particularidades de la comunidad sorda y formar al sector cultural para que se amplíen los contenidos culturales que ofrecen las organizaciones. Un contenido cultural incluyente, que dé protagonismo a la identidad y expresión cultural de las personas sordas, que tenga en cuenta sus necesidades e intereses, su humor, etc.

[expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/](https://www.unesco.org/es/expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/), el 9 de junio de 2018.

¹⁴ Ibid.

Por otra parte, este contenido también debe sensibilizar, visibilizar y acercar la cultura sorda a los oyentes; debe ser un contenido que integre y construya puentes entre estas dos poblaciones.

7.7. Diversidad cultural

La diversificación del contenido cultural, el reconocimiento de la cultura sorda como uno de los grupos sociales que contribuye con la diversidad cultural del país lleva a D6S a preguntarse por este concepto. Según la Unesco:

La “diversidad cultural” se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.

La diversidad cultural se manifiesta no sólo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad mediante la variedad de expresiones culturales, sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados (Art. 4.1 de la Convención de 2005).

De esta forma, para D6S es fundamental la asesoría y la formación del sector cultural para que se pueda innovar a través del arte y la tecnología los servicios y productos culturales. Los aportes artísticos y tecnológicos son importantes para crear, expresar y difundir efectivamente los puentes que se pueden construir entre los intercambios de experiencias de las personas sordas y oyentes. Intercambios que lleven a una diversificación de la oferta cultural de la ciudad para el disfrute de las personas sordas y oyentes.

7.8 Inclusión social

Entendiendo que la inclusión social se refiere a todas las acciones que logren que los grupos que han sido social o históricamente excluidos puedan participar y gozar de todos sus derechos (MinEducación), en la Política Pública de Discapacidad Inclusión Social (PPDIS) se busca que “las personas con discapacidad participen como miembros activos de la sociedad, y a Colombia ser nutrida por los invaluable aportes

que esta población, desde su diversidad, puede hacer para potenciar el desarrollo nacional” (2013-2022:12).

8. Marco jurídico-legal

8.1 Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social (PPDIS)

La Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social (PPDIS)¹⁵ busca garantizar los derechos humanos de las personas con discapacidad para permitirles una participación en la sociedad que reconozca los aportes de esta población al desarrollo nacional. La discapacidad es un tema transversal y todos los sectores deben garantizar la inclusión laboral, social, educativa, cultural y de salud de las personas con discapacidad (Política Pública Nacional de Discapacidad 2013-2022).

La PPDIS tiene cinco ejes de acción: el primer eje es la transformación de lo público donde se promueve la inclusión laboral en servicios y espacios culturales. El segundo eje es la garantía jurídica donde se pretende asegurar los mecanismos para que las personas con discapacidad accedan a la justicia. El tercero es la participación política para fortalecer el ejercicio de la ciudadanía, los colectivos y las asociaciones y la participación política. El cuarto eje es el desarrollo de la capacidad, el cual se centra en las capacidades de las personas con discapacidad, sus familias y cuidadores. El quinto eje es el reconocimiento a la diversidad donde se garantiza el acceso a los servicios y espacios culturales, la igualdad y la no discriminación (PPDIS, 2013-2022).

Específicamente, el Ministerio de Cultura tiene un enfoque poblacional donde se encuentra el fomento de la diversidad cultural, entendiendo de esta manera la discapacidad. Su principal objetivo es la “creación de condiciones para el desarrollo y fomento de una cultura ciudadana de reconocimiento y respeto por las diferencias

¹⁵ LINEAMIENTOS generales para la implementación de la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social en entidades territoriales 2013-2022. Recuperado de: www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/politica-publica-discapacidad-2013-2022.pdf, el 9 de junio de 2018.

culturales” (Política Pública Nacional de Discapacidad 2013-2022). Además, el Programa Nacional de Concertación Cultural busca “apoyar financieramente parte de la ejecución de proyectos y actividades culturales de interés público, que cumplan con las condiciones establecidas en las convocatorias que se abren” (Política Pública Nacional de Discapacidad 2013-2022). Por otra parte, la PPND estipula que el 3% del impuesto del consumo de telefonía móvil debe destinarse a la “promoción y desarrollo del deporte, la recreación de deportistas con discapacidad y los programas culturales y artísticos de gestores y creadores culturales con discapacidad” (Política Pública Nacional de Discapacidad 2013-2022).

La Política Pública Nacional de Discapacidad es importante para Distrito Sexto Sentido porque define la población y las líneas estratégicas en que cada sector debe garantizar los derechos y la inclusión de las personas en situación de discapacidad. De esta manera, la PPND con su enfoque poblacional pretende reconocer las capacidades de esta población, las cuales contribuyen al desarrollo del país. Una forma de hacerlo se encuentra en el sector cultural, donde existen diversas líneas de apoyo concretas para el desarrollo de proyectos con enfoque en la población en condición de discapacidad. D6S al buscar la inclusión y visibilización de la comunidad sorda puede aportar al objetivo de la política pública y, a su vez, puede participar de los programas que el Estado tiene para buscar aliados y financiación.

En el CONPES Social 166 de 2013 se resume de la siguiente manera en el presupuesto destinado a cada eje:

Eje estratégico	Entidad	2014	2015	2016-2022
Eje 1: Transformación de lo público	MSPS	600.000.000	650.000.000	1.575.000.000
	DNP/1	610.000.000	0	710.000.000
	Mincultura	742.247.011	779.359.362	818.327.330
	Mindefensa	15.678.000.000	9.649.000.000	19.413.000.000
	Total eje 1	17.630.247.011	11.078.359.362	22.516.327.330
Eje 2: Garantía jurídica	Minjusticia	0	813.900.000	205.000.000
	UARIV	188.000.000	190.400.000	168.000.000
	Total eje 2	188.000.000	1.004.300.000	373.000.000
Eje 3: Participación de la vida política	UAEOS	10.000.000		
	Total eje 3	10.000.000	0	0
Eje 4: Desarrollo de la capacidad	ANSPE	26.877.499.262	27.683.824.240	218.490.043.944
	Coldeportes	132.835.000	356.730.200	1.777.386.025
	ICBF	3.222.604.865	3.319.283.011	26.196.896.952
	MEN	37.614.710.000	36.462.908.800	0
	Minminas	30.000.000	30.000.000	210.000.000
	Mintrabajo	650.000.000	500.000.000	3.500.000.000
	MSPS	300.000.000	450.000.000	1.600.000.000
	UAEOS	40.000.000		
	SENA	7.970.139.005	8.217.974.446	65.438.010.914
	Total eje 4	76.837.788.132	77.020.720.697	317.212.337.835
Eje 5: Reconocimiento a la diversidad	UARIV	20.408.032.609	19.737.930.360	36.934.248.038
	MinTic	2.135.000.000	0	0
	Mincultura	26.577.208.333	501.068.750	526.122.188
	Total eje 5	49.120.240.942	20.238.999.110	37.460.370.226
Total recursos		143.786.276.085	109.342.379.168	377.562.035.390

Tabla 4. Financiamiento por eje y entidad
Fuente: CONPES Social 166 de 2013¹⁶

8.2 Decreto 470 de 2007

El decreto 470 de 2007 “adopta la Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital (PPDD)”¹⁷. Los referentes conceptuales de la PPDD buscan el desarrollo humano, social y sostenible. El desarrollo humano se refiere a las “oportunidades y

¹⁶ CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL, 2013. “Documento Social CONPES 166” [Documento de trabajo]. Recuperado de: <http://www.mincultura.gov.co/areas/poblaciones/poblacion-con-discapacidad/Paginas/166.pdf>, el 9 de junio de 2018.

¹⁷ DECRETO 470 DE 2007. Alcaldía Mayor de Bogotá. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27092>, el 9 de mayo de 2018.

capacidades de las personas para hacer realidad [su] proyecto de vida” (Decreto 470 de 2007).

El desarrollo social requiere de una participación activa del Estado para promover el bienestar y el desarrollo económico de la población, con el fin de mejorar “las condiciones de vida de toda la población en diferentes aspectos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, cultura, recreación y deporte, accesibilidad, empleo y salarios, principalmente” (Decreto 470 de 2007).

Por otra parte, la PPDD define dimensión como “un espacio de expresión de los habitantes de la ciudad en el que confluyen las creencias y las percepciones diversas con la intención de construir colectivamente una representación del tejido social” (Decreto 470 de 2007). En este sentido es importante destacar dos de estas dimensiones: la dimensión de desarrollo de capacidades y la dimensión de oportunidades y la dimensión cultural y simbólica.

La dimensión de desarrollo de capacidades y oportunidades se refiere a la combinación de acciones de diferentes actores, fuentes y mecanismos para garantizar los derechos y deberes de las personas en situación de discapacidad “en pro de la generación de capacidades humanas, sociales, culturales y productivas para la inclusión social, mediante acciones integrales que garanticen el desarrollo humano y la dignidad de las personas” (Decreto 470 de 2007).

En cuanto a la dimensión cultural simbólica se reconoce que “la población en situación de discapacidad tiene símbolos, signos, narrativas, estéticas, comportamientos, prácticas que le son propias. En este sentido, las orientaciones que reúne esta dimensión buscan cualificar las posibilidades de desarrollar capacidades, talentos y un sentido de identidad cultural de la población en condición de discapacidad (PCD) y sus familias; así como disminuir su discriminación y exclusión social a través de modificar los factores culturales que limitan su integración social” (Decreto 470 de 2007).

La Política Pública de Discapacidad para el Distrito Capital (2007-2020) en relación con la PPND promueve el desarrollo de las capacidades de las personas en situación de discapacidad. Esto es fundamental para el proyecto, ya que esta conversa estrechamente con esta visión de la población. Además, la PPDD con su desarrollo de dimensiones construye un discurso que pretende fortalecer, reconocer y promocionar la dimensión cultural simbólica de la población con discapacidad.

En este orden de ideas, las dimensiones y el enfoque de la PPDD resultan dar un espaldarazo a Distrito Sexto Sentido, el cual busca el reconocimiento y visibilización de la cultura sorda.

9. Metodología

Se propone una metodología híbrida, en la cual se use la metodología relacional y la metodología interactiva. La metodología relacional y la metodología interactiva se unen en el intercambio y cooperación que se requiere para el desarrollo de la creatividad mutua, del trabajo en equipo, del intercambio de saberes y del reconocimiento del otro. La realización de productos y servicios culturales integradores requiere de una empatía social entre sordos y oyentes para poder generar espacios incluyentes que puedan ofrecer experiencias sensoriales, culturales y artísticas nacidas de la hermandad de dos comunidades que superan la barrera comunicacional y de visión de mundo.

9.1 Metodología relacional: 5 pieles de Hundertwasser

La metodología relacional se explica mejor con las cinco pieles del artista austriaco, Friedensreich Hundertwasser. Cada piel representa diferentes niveles en los que el ser humano se relaciona con su entorno, estos niveles tienen particularidades que permiten explorar diferentes aspectos de la humanidad. D6S aplica la metodología relacional en los servicios ofrecidos a las organizaciones para cumplir su objetivo

general de facilitar el desarrollo de alternativas para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes.

La creación de puentes se da desde el conocimiento interno de la organización, sus contenidos e infraestructura, y externo, de sus públicos objetivos, en este caso los sordos. Es importante entender la construcción y realidad de las organizaciones, así como su identidad, uniformidad y refugio. En el caso de los sordos, la organización debe comprender e interiorizar la identidad social de ellos como grupo y su entorno.

La primera de las pieles es la epidermis, representa la frontera entre el exterior y el interior, también corresponde a la infancia en la que el sujeto empieza a construirse como persona, a reconocer sus defectos y cualidades. Esta piel, más íntima, está planteada en el diagnóstico, que permite entender y reconocer las debilidades y oportunidades de las organizaciones en términos de inclusión. Este conocimiento interno es el primer paso para la acción.

En esta piel, al observar el exterior y analizar su interior, la organización se encuentra a sí misma y es capaz de reconocer sus falencias y oportunidades a través del encuentro con las cualidades, características, y necesidades de la comunidad sorda. Aquí el proceso de relacionamiento es horizontal, bidireccional y la interacción con la población sorda es directa, sin la intermediación de otros actores. En este proceso la organización y las personas sordas se encuentran cara a cara, lo que permite la deconstrucción y construcción de la situación actual del estado de inclusión.

La segunda piel es la ropa, es la piel que da uniformidad y quita identidad. Esta piel se ubica en el siguiente nivel de la organización. Más allá de las especificidades de cada una de las organizaciones culturales, existen parámetros similares por el sector en el que se mueven. Estos parámetros pueden ser provechosos, pero tienden a la unificación. Conocer estas similitudes como organizaciones del sector cultural permite actuar desde las cosas que se tienen en común, para D6S es una oportunidad de consolidar sus productos y metodologías desde los factores compartidos.

En esta segunda piel se encuentran las organizaciones culturales, fundaciones y entidades de carácter público y privado vinculadas con la población sorda. Las relaciones en esta piel están mediadas por las leyes y decretos que se han planteado en temas de inclusión, los cuales brindan las bases para consolidar el campo de acción de la organización. Si la relación es organización cultural - fundación/entidad privada, el proceso es bidireccional; sin embargo, si la relación es organización cultural - entidad pública/leyes, la comunicación puede ser bidireccional o unidireccional.

La tercera piel corresponde al hogar, al refugio, al lugar donde se vive. En el caso de las organizaciones culturales se compara eso con la infraestructura, que alberga los objetivos misionales de las organizaciones. Esta infraestructura puede proteger y aislar, la cultura en un país diverso como Colombia debe abrir espacios para la equidad. Los productos y servicios culturales deben tener un enfoque de derechos en el que se recibe y atiende a todas las poblaciones.

En esta piel, la relación entre la organización y su infraestructura es directa: la organización determina cómo quiere que la perciban los demás, define la organización de su estructura, cómo funcionan las dinámicas en su interior, de qué manera trabaja por alcanzar su propósito superior, etc. En otras palabras, los objetivos, los valores, la filosofía institucional hacen parte de la cosmovisión de la organización, de su posición frente al mundo, y esto moldea el tipo de relacionamiento que se da con la comunidad sorda en esta piel. Una relación que puede ser de inclusión o exclusión.

La cuarta piel hace referencia a la identidad social, a los grupos que construyen la comunidad, el barrio, la ciudad. Los sordos son una comunidad cerrada, las diferencias lingüísticas determinan formas de acercarse y estar en el mundo. Por su parte, la quinta piel hace referencia al entorno mundial y la relación del hombre con la naturaleza y la convivencia humana. Es importante conocer el contexto distrital, nacional y global de los sordos. Este contexto, social, educativo, político y cultural marca derroteros que pueden guiar el trabajo intercultural. Los talleres ofrecidos por D6S tienen dos grandes líneas: empatizar y definir. Empatizar es conocer y reconocer

al sordo como un sujeto de derechos y un usuario de las organizaciones culturales. Después de la comprensión se define acciones específicas que integran y comunican a las poblaciones desde el arte y la cultura.

En estas dos pieles los procesos de relacionamiento entre organizaciones culturales y la comunidad sorda/los oyentes son transversales en las diferentes escalas que se pueden presentar: 1) barrio, 2) ciudad, 3) sector cultural, 4) país. En la primera escala se tiene en cuenta el nivel de apropiación e interacción que tiene los habitantes del barrio con la organización. En la segunda escala se relacionan los oyentes, la comunidad sorda y la organización cultural en el contexto urbano. En la tercera escala de igual forma es importante identificar el lugar que ocupa la organización en el sector cultural. En la cuarta escala también se tiene en cuenta los aspectos clave que marcan la pauta en inclusión.

Después de hacer una breve descripción de las cinco pieles, es importante indicar que para este proyecto la cuarta y la quinta piel son fundamentales, ya que aportan a la integración de la comunidad sorda con la oyente a través de la función transformadora del arte y la generación de espacios que potencializados con la tecnología lleven a vivir una experiencia de revolución sensorial.

9.2 Metodología interactiva

Entre las principales características de la metodología interactiva está la comunicación, es fundamental que emisores y receptores se comuniquen por medio de canales bidireccionales. D6S sentido aplica este principio en la aplicación de sus productos, la ejecución del diagnóstico, los talleres y las experiencias propician espacios de diálogo, intercambio y creación conjunta entre sordos y oyentes.

El uso de herramientas tecnológicas es otro de los grandes pilares de la metodología interactiva. Después de conocer el estado de inclusión de la organización, entender el contexto e interactuar con representantes de la comunidad sorda, los talleres se

enfocan en la creación desde el arte digital como mecanismo facilitador de experiencias integradoras. En esta etapa del taller las organizaciones conocerán referentes, herramientas y podrán crear o adaptar sus productos y servicios para integrar a sordos y oyentes desde el arte y la cultura.

Por medio de los productos aplicamos la metodología interactiva en la generación de empatía social ante la diversidad de capacidades, la interacción de personas para la creación de productos, servicios y contenidos, y la cooperación entre artistas sordos y oyentes.

9.3 Procesos

- a) Diseño y aplicación Inclusión 360
Planeación del diseño del instrumento del estado de inclusión de la organización.
- b) Aplicación de entrevistas
Profundización de los enfoques de la organización a partir de entrevistas semiestructuradas a los líderes de la organización.
- c) Herramienta Detective silencioso
Recorrido y mapeo de los servicios por parte de un usuario real.
- d) Presentación de hallazgos
Espacio de presentación de los hallazgos y estrategia de acuerdo a las líneas de acción de la organización.
- e) Taller de sensibilización
Primer acercamiento de la organización con el contexto de las personas sordas.
- f) Taller de lengua de señas
Relación entre las características de la organización y la lengua de señas.
- g) Taller de arte digital
Formación teórica y práctica para promover el uso de tecnologías para la creación de productos y servicios artísticos.
- h) Taller de comunicación: el lenguaje más allá

Divulgación de las experiencias y estrategias pensadas para la comunidad sorda.

i) Co-diseño de la experiencia multisensorial

Diseño colaborativo con miembros de la organización y artistas sordos para la creación de una experiencia acorde a los servicios y productos de la organización que tenga en cuenta las particularidades de los sordos.

9.4 Productos

Antes de describir los productos de Distrito Sexto Sentido, es importante enfatizar que en cada uno de ellos se cuenta con la participación, asesoría y apoyo de artistas o personas sordas capacitadas para el diseño e implementación de la herramienta, actividad o experiencia que se desee ejecutar.

9.4.1 Diagnóstico

Concepto: interpretando tu realidad...makers Inside view

Dirigido a: grupos de interés internos y externos.

Objetivos

- Medir el estado de inclusión para sordos en servicios y contenidos culturales de la organización.
- Obtener una radiografía del estado de la organización en temas de acceso y contenido para personas sordas.

El diagnóstico mide el estado de inclusión para sordos en servicios y contenidos culturales de la organización y obtiene una radiografía de ese estado. Se compone de varias herramientas de medición y observación, cuyos grupos y participantes varían según los objetivos propuestos en un comienzo. Los lineamientos principales para la realización del diagnóstico son:

Acceso

- Infraestructura física. Medios técnicos e instalaciones que facilitan el acceso de las personas sordas a la organización.
- Talento humano. Prácticas y saberes de los individuos y grupos de trabajo que atienden a las necesidades particulares de las personas sordas.
- Recursos digitales. Elementos y herramientas digitales necesarias para hacer más accesible la organización.

Contenido

- Actividades culturales. Se debe tener en cuenta temas de interés para las personas sordas y herramientas que respondan a sus necesidades.
- Productos culturales. Cuyo diseño y experiencia permita a las personas sordas acceder y/o identificarse con ellos.

Es esencial que tanto las actividades y productos culturales cuenten también con las creaciones de artistas o creadores sordos, tenga en cuenta una co-creación entre sordos y oyentes o se adapten a las necesidades de las personas sordas.

Las herramientas que se van a usar en el diagnóstico son:

a) Inclusión 360° - cultura organizacional enfocada hacia la inclusión

Concepto: radiografía de tu organización.

Dirigido a: grupos de interés internos y externos.

Objetivo: evaluar el nivel de inclusión de la organización desde diferentes actores.

Inclusión 360° es una evaluación integral realizada a grupos de interés internos y externos de la organización con el fin de obtener una visión sistémica del estado y

oportunidades en términos de inclusión para personas sordas. Esta evaluación se alimenta de la retroalimentación de líderes, usuarios, proveedores, trabajadores, entre otros, para obtener una radiografía completa de la organización.

b) Entrevista semiestructurada

Concepto: ecografía de tu organización.

Dirigido a: grupos de interés internos.

Objetivos

- Comprender el estado actual de la organización desde actores claves que sobresalieron en la fase anterior.
- Profundizar en las dinámicas inclusivas de la organización.

Las entrevistas son herramientas complementarias a la inclusión 360° que buscan profundizar hallazgos sobresalientes encontrados durante la aplicación de la herramienta. Esta ecografía permite que a través de las experiencias, historias y opiniones de los actores identificados en la fase anterior se tenga un análisis que complemente la investigación realizada y permita una comprensión más profunda de las dinámicas de inclusión que tienen las diferentes áreas de la organización.

Por un lado, las entrevistas al ser una herramienta flexible y dinámica permiten recopilar y evaluar la información sobre las percepciones y puntos de vista de diferentes agentes de la organización, se realizan de manera individual y semiestructurada con preguntas planeadas y preguntas espontáneas, que se ajustan de manera natural a las percepciones de los entrevistados y permiten un diálogo más cercano.

c) Detective silencioso - Experiencia de servicios

Concepto: en los zapatos de un sordo

Dirigido a: miembros de la organización encargados del servicio al cliente

Objetivo: entender y representar la experiencia de servicio para una persona sorda.

Esta herramienta permite entender gráfica y conceptualmente la experiencia y emociones de un usuario sordo frente a los servicios y productos de la organización. Por medio de esta herramienta se realiza la creación de un mapa con los recorridos de un detective silencioso (una persona sorda) en la infraestructura física y digital de la organización identificando la cronología y emociones de cada uno de los momentos del servicio. De esta forma, la herramienta determinará las falencias y oportunidades de los servicios de la organización a partir de experiencias reales documentadas.

9.4.2 Talleres disruptivos¹⁸

Concepto: rompiendo esquemas - estimulando los sentidos.

Dirigido a: a los involucrados en la producción cultural (Gerentes, gestores, realizadores, curadores, etcétera).

Objetivos: dar herramientas a los miembros de la organización para el reconocimiento de las necesidades e intereses de las personas sordas.

Con el conjunto de relaciones que establece la metodología híbrida, tanto en lo relacional como en lo interactivo, D6S, interconecta la información y sensibilidad que tiene respecto a la comunidad sorda con la tecnología y la organización cultural para

¹⁸ A la metodología híbrida de D6S, se integra el proceso *Design Thinking* en los talleres disruptivos, porque generan nuevas estructuras de pensamiento para transformar la organización y alcanzar los resultados en temas de inclusión para personas sordas. Esta metodología requiere conocer y entender las necesidades, los deseos y los intereses de los usuarios para dar soluciones que respondan a su contexto. Después de realizar el Diagnóstico, D6S cuenta con una radiografía de la organización para ofrecer los talleres como solución a la generación de capacidades que contribuyan con la creación y adaptación de contenidos y adecuación de sus servicios para las necesidades de las personas sordas.

generar productos y servicios pertinentes e integradores. Estas relaciones tienen tres características fundamentales: la empatía, el trabajo en equipo y la creación de prototipos. Para los talleres disruptivos que D6S propone es importante comprender tanto las necesidades de las personas sordas como las dificultades de las organizaciones culturales para ser inclusivas (empatía); trabajar colaborativamente con los sordos y las organizaciones en la formación y creación para enriquecer los procesos (trabajo en equipo), y realizar un primer acercamiento a la creación y el diseño de productos y contenidos culturales que tengan en cuenta a las personas sordas (prototipos). A continuación, se describen los talleres disruptivos de D6S.

9.4.2.1 Empatizar

En esta primera etapa se busca acercar la cultura sorda a través de talleres que generen procesos empáticos para identificar las necesidades de los usuarios sordos y estimular la transformación inclusiva al interior de la organización. D6S entiende la empatía como la fase en que la organización es capaz de ponerse en la piel del sordo, entiende su entorno, su cultura, sus características, sus dinámicas, sus interacciones, sus emociones. En esta etapa se realizan dos talleres: sensibilización y acercamiento a la lengua de señas.

Sensibilización

Propósito: Acercar la cotidianidad y cultura de la comunidad sorda a la organización.

Duración: 2 horas (30 minutos de activación y 1 hora y 30 minutos de taller).

Número de talleres: 1

Participantes: involucrados en la producción cultural, servicio al cliente, gestores y gerentes culturales. (transversal a toda la organización)

Número de fases: 2 (fase 1: activación; fase 2: taller)

Recursos: actores (1 sordo + 1 oyente), tallerista que conozca a la comunidad sorda, 1 estación de café, 1 video beam, 1 computador, 1 sonido.

Materiales: 1 invitación virtual para el taller (mailing), 1 infografía con los datos psicográficos de la población y un video explicativo.

Fase 1. Activación de expectativa. Esta activación se llama *La toma silente*, la cual consiste en realizar una puesta en escena de una situación cotidiana de una persona sorda en una organización cultural. Con esto se quiere poner en evidencia la experiencia del usuario sordo hacia el producto o servicio cultural, si la organización está preparada o no para garantizar el disfrute máximo de esta población. De esta forma, se mostrará lo que es ser sordo, cómo se siente con los servicios y productos que ofrece la organización en el preciso instante en que se pone en contacto con ellos y cuál es la opinión que tiene sobre su calidad. La activación se realizará un día antes de empezar el taller.

Fase 2. Descubriendo el silencio. Se pretende acercar la organización a la cotidianidad de la población sorda de Bogotá, por medio una caracterización psicográfica, y abordando preguntas como. ¿Qué es su cultura? ¿Qué los define como comunidad? ¿Cuáles son sus hábitos, costumbres y su manera de relacionarse con el entorno? ¿Cómo es su cosmovisión, su humor, sus estructuras de pensamiento? ¿Cuáles son sus símbolos, signos, narrativas, intereses artísticos, estéticas? ¿Cuál es la situación económica y social de la población? ¿Cuáles son los sentidos que más potencian? ¿Cuál es su relación con la tecnología y las redes sociales? ¿Cómo los beneficia la tecnología y cuáles son los canales de comunicación más usados?

Taller de lengua de señas para el sector cultural

“Los límites del lenguaje son los límites de mi mundo”

Ludwing Wittgenstein

Propósito: vincular la organización con la comunidad sorda utilizando la lengua de señas.

Duración: 1 hora y 30 minutos de taller

Número de talleres: 1

Participantes: involucrados en la producción cultural, servicio al cliente, gestores y gerentes culturales. (15 personas de la organización máximo)

Número de fases: 1

Recursos: talleristas (1 sordo + 1 intérprete), 1 (un) experto en el área cultural de la organización.

Materiales: cartilla virtual en lengua de señas.

Con este taller la organización tendrá la oportunidad de comprender la relación existente entre la comunidad sorda y su lengua, y cómo ésta define y modela su mundo y percepciones. Se crea un puente entre la organización y esta población a partir de las siguientes preguntas: ¿cuál podría ser la seña de su organización?, ¿cuál es la seña de las principales palabras usadas en español en el sector cultural y de los productos y servicios culturales de la organización?, ¿cuál es la seña de la actividad cultural de la organización? Junto a un sordo, un intérprete y un experto en el área cultural, se realizará un “bautizo” de la seña de la organización y de los asistentes. Se compartirá el gif-sario D6S (glosario de señas culturales), se identificarán las señas que hacen referencia a la especialidad de la organización y las que no existan. De esta manera, conocer otras formas de conceptualizar el entorno facilita la empatía y generación de productos y servicios para la población sorda.

9.4.2.2 Definir

En esta fase los participantes podrán adquirir capacidades artísticas, innovadoras y digitales que estimulan el pensamiento creativo para generar procesos de transformación inclusiva. Por medio de los talleres los miembros de la organización podrán identificar las necesidades de los usuarios sordos y desarrollar capacidades que les permitan determinar y definir las áreas de oportunidad. Asimismo, al reconocer las necesidades de las personas sordas podrán hacer una divulgación de sus productos y servicios a través de los canales que usa esta comunidad. Los talleres que se realizarán en esta etapa son dos: el primero está relacionado con el arte digital y el segundo, con comunicación.

Taller de arte digital

Propósito: dar a conocer herramientas que contribuyan con la diversificación de los contenidos culturales de la organización.

Duración: 2 horas de taller

Número de talleres: 2 (taller teórico-práctico)

Participantes: involucrados en la producción cultural, gestores y gerentes culturales, comunicación y divulgación (10 personas máx de la organización)

Recursos: artistas-talleristas (1 sordo + 1 oyente), 1 intérprete, video beam, 2 computadores, Internet, Suite Adobe, videos.

Materiales: lápiz, papel para hacer bocetos, smartphones

Este taller cuenta con la participación de artistas digitales, quienes a través de su práctica artística podrán mostrar las ventajas que tiene el arte digital para innovar los contenidos de la oferta cultural y renovar los productos y las experiencias artísticas que reten los sentidos e integran a la comunidad sorda. En este taller no solo se ofrece los principales temas teóricos de este tipo de arte, también se realiza una práctica creativa donde la imaginación e innovación, contribuyen con la creación de mundos posibles, alternativos donde conviven, interactúan y se integran diversas culturas.

El arte digital al integrar tecnología a la producción y exhibición de la experiencia se convierte en una herramienta estratégica para la creación disruptiva de contenidos que también sean llamativos para las personas sordas. El arte digital rompe con los objetos definidos, reta los canales y medios tradicionales e involucra los sentidos del espectador para construir y completar el significado de la obra. El predominio de la imagen en este tipo de arte lo convierten en un gran constructor de puentes biculturales; al ofrecer una perspectiva diferente del uso de lo visual, uno de los sentidos más desarrollados por las personas sordas, permite ampliar la oferta cultural para este público. En la parte práctica se tomarán contenidos (exposiciones, productos, etc.) de la organización para generar nuevos formatos. De igual forma, se

tendrá en cuenta el diagnóstico para decidir si se interviene la parte de accesibilidad o generación de contenidos.

Taller de comunicación: el lenguaje más allá

Propósito: presentar el uso efectivo de herramientas para difundir los productos y servicios de la organización teniendo en cuenta las necesidades de la comunidad sorda.

Duración: 1 hora y 30 minutos de taller.

Número de talleres: 1

Participantes: equipos de comunicación o divulgación de la organización. (10 personas máximo de la organización)

Número de fases: 1

Recursos: tallerista experto en comunicación, Internet, computador, video beam, sonido.

Materiales: lápiz y papel, smartphones, cámaras digitales

Para divulgar los servicios y productos de la organización con un público específico es necesario conocer sus intereses y particularidades. Por medio de este taller los encargados de la divulgación de la organización conocerán los canales y formatos para comunicarse de manera efectiva con la comunidad sorda.

El lenguaje modifica la forma en que percibimos el mundo, al comunicarse por medio de la lengua de señas, que es visogestual, los sordos son más concretos y valoran el contenido visual. Es importante que los participantes comprendan que los sordos se aproximan a la realidad de formas diferentes que los oyentes, por eso es necesario encontrar diferentes maneras de comunicarse.

9.4.3 Experiencias

Concepto: revolucionar los sentidos, desarrollar el sexto sentido, la intuición-creativa.

Participantes: involucrados en la producción de contenidos culturales, servicio al cliente, gestores y gerentes culturales, diseñadores, creadores, artistas

Público objetivo: personas sordas y oyentes.

Objetivo: acercar a los sordos a un nuevo contenido diverso, inclusivo, estético, tecnológico, dentro de la organización que le permita a esta empezar a diversificar su oferta cultural.

Recursos: artistas-talleristas (1 sordo + 1 oyente), 1 intérprete, video beam, Internet, Suite Adobe, videos.

Materiales: hojas y lápices.

Las experiencias multisensoriales de D6S conjugan arte, tecnología e interactividad para alterar y revolucionar los sentidos de las personas (sordas u oyentes), así cualquiera puede disfrutar de una experiencia estética bicultural.

La construcción de la experiencia debe tener en cuenta los siguientes lineamientos:

- Los participantes deben tomar el taller de sensibilización para tener un conocimiento sobre la comunidad sorda.
- Se aconseja tener un enfoque de arte digital.
- Es importante que durante el proceso de creación y desarrollo se cuente con la participación de personas sordas para que la experiencia realmente cumpla con el objetivo de crear puentes de comunicación.
- Debe tenerse en cuenta herramientas que permitan el goce y disfrute de la experiencia por parte de personas sordas como vibraciones, imágenes, materiales con diversas texturas o relieves, etc.
- La experiencia debe dirigirse a un público amplio que incluya a niños, jóvenes, adultos sordos y oyentes.

- En cuanto a contenido es importante que también se traten temas que puedan interesar a la comunidad sorda como la lengua de señas, los sentidos que más usan, su historia, la lucha por ser incluidos en la sociedad, etc.
- Se sugiere realizar trabajo colaborativo entre sordos y oyentes para la creación de la experiencia y, así, motivar la unión de dos culturas: la sorda y la oyente.
- Usar tecnología para elevar el nivel sensorial de la experiencia.

Los principales pasos en el diseño de la experiencia se pueden resumir en¹⁹:

1. Definir el objetivo de la experiencia, lo que se quiere alcanzar con ella.
2. Construir colaborativamente el concepto, tema, guion, materiales, diseño de la experiencia entre miembros de la organización y artistas sordos y oyentes.
3. Manos a la obra: construcción en equipo de la experiencia.
4. Formación del personal sobre la puesta en escena de la experiencia.
5. Impacto de la experiencia y satisfacción estética de los asistentes.

Algunos referentes que pueden tenerse en cuenta para el diseño de la experiencia relacionados con arte digital son los del artista mexicano Rafael Lozano-Hemmer y el Team Lab de Tokio, una compañía japonesa pionera en expresión artística digital.

¹⁹ MALOKA. Crea tus proyectos con Maloka. *Maloka, museo interactivo*. Recuperado de <https://maloka.org/index.php/paratodos/portafolio-de-proyectos/crea-tus-proyectos-con-maloka#pam>, el 10 de noviembre de 2018.



Foto 1. Exposición *Pseudomatismos* de Rafael Lozano-Hemmer
Foto: Oliver Santana / cortesía MUAC
Fuente: Lustermagazine



Foto2. Experiencia interactiva en Tokio
Fuente: Team Lab Tokio

9.5 Modelo de gestión

En el modelo de gestión todas las estrategias deben estar conectadas:



Ilustración 2. Modelo de gestión D6S
Elaboración propia

Las principales conexiones, relaciones e interacciones del modelo de gestión de D6S son:

Comunicación sociocultural: generación de contenidos

A través de la generación de contenidos se conectan la estrategia comunicativa y la estrategia sociocultural. La generación de contenidos es la forma como se construye información relevante, de valor, de manera rápida y oportuna para una sociedad o grupo de personas. Esto es importante porque se debe tener en cuenta que cada contenido tiene un público específico al que quiere llegar. De esta manera, el contenido que se crea está pensando en lo que quieren recibir los usuarios, clientes o seguidores y no en lo que se quiere crear. De ahí, que D6S busque generar contenido adecuado

tanto para personas sordas como oyentes, un contenido que apele a diferentes sentidos, que sea de interés para las personas sordas y revelador para los oyentes, que sea sorprendente y accesible, que evidencie las dos realidades (sorda y oyente), pero, sobre todo, que conecte y sea un puente de comunicación interactivo entre sordos y oyentes.

Tecnología comunicativa: narrativas digitales

Con las narrativas digitales se relaciona la estrategia tecnológica con la estrategia comunicativa. Las narrativas digitales o el *storytelling* con nuevos medios es la práctica de contar historias a través de herramientas digitales. Estas historias pueden ser contadas por cualquier persona y se alimentan de diferentes medios para hacerlo. Se caracterizan por ser persuasivas, emocionantes, interactivas e informativas.

Las narrativas digitales son un elemento importante para D6S porque permiten explorar las intersecciones entre formatos, tecnologías, medios y artes; amplían las posibilidades de creación de diversas estéticas; multiplican los diversos lenguajes (sonoro, visual, digital, corporal) por los que se puede comunicar, e integra herramientas de la creación digital (redes, dispositivos, etc.).

Innovación para la financiación

En esta relación se conectan la estrategia tecnológica y financiera para hacer de D6S un proyecto atractivo para cooperantes y patrocinadores que estén interesados en iniciativas que integren arte y tecnología como instrumentos para la creación de puentes de comunicación entre sordos y oyente; puentes que disminuyan la falta de interacción entre estas dos culturas.

Red sociocultural para el intercambio de recursos

Aquí interactúa la estrategia sociocultural con la estrategia financiera. Los objetivos de D6S tienen eco en la misión de entidades públicas, empresas privadas o fundaciones que trabajan por la inclusión social de las personas sordas. Es importante conocer las particularidades de la comunidad sorda, su contexto sociocultural, los pilares de su identidad para lograr tejer una red que involucre actores de diversos sectores que contribuyan a reducir la barrera entre la sociedad y las personas sordas; actores que desde sus diferentes quehaceres y con sus diversos recursos colaboren para que D6S pueda alcanzar sus objetivos.

9.5.1 Estrategia comunicativa

A través de información pública relevante alineada con los objetivos del proyecto, se busca visibilizar y difundir que D6S es el mejor aliado estratégico para acompañar a las organizaciones culturales en el proceso de transformación hacia la inclusión cultural para sordos a través de la innovación y la creatividad. El mensaje de D6S representará el ADN de la marca. Además, usará un tono cercano, sincero, directo, emotivo que genere confianza y calidez, vinculando a las organizaciones culturales a su labor desde la experiencia y sensibilidad. No solo se quiere cautivar sino enamorar a través del conocimiento de una cultura totalmente ajena a los oyentes.

En esta estrategia comunicativa el target son los encargados de tomar las decisiones de las organizaciones culturales, realizar sus planes estratégicos, dirigir su rumbo y su enfoque. Quienes piensan en la mejora constante de sus prácticas y en la capacitación de sus empleados. Son aquellos que pueden realizar alianzas estratégicas o networking al tener una organización sólida y quienes deciden en qué invierten o no, para mejorar el ROI de su empresa. Son a quienes se deben cautivar con el paquete de servicios de D6S que incluye asesorías y experiencias multisensoriales que tengan en cuenta las necesidades e intereses de las personas sordas para ampliar y mejorar el acceso a la oferta cultural. A través de la sensibilización y formación a las

organizaciones culturales, se puede generar alternativas que les permitan gestionar actividades y proyectos para tener espacios y contenidos que puedan disfrutar las personas sordas.

También es fundamental tener presencia en redes sociales o en los canales que usan las personas sordas para posicionar proyectos como D6S en esta comunidad (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube). Además, se tendrá en cuenta que el contenido de la difusión también sea atractivo e inteligible para ellos.

Los ejes de información son la inclusión, desarrollo social, accesibilidad, diversidad. El mapa de posicionamiento de D6S permite observar que su oferta es única en el mercado y que cuenta con cuatro componentes fundamentales: tecnología, inclusión, educación y arte, los cuales resaltan su particularidad y su propuesta valor.

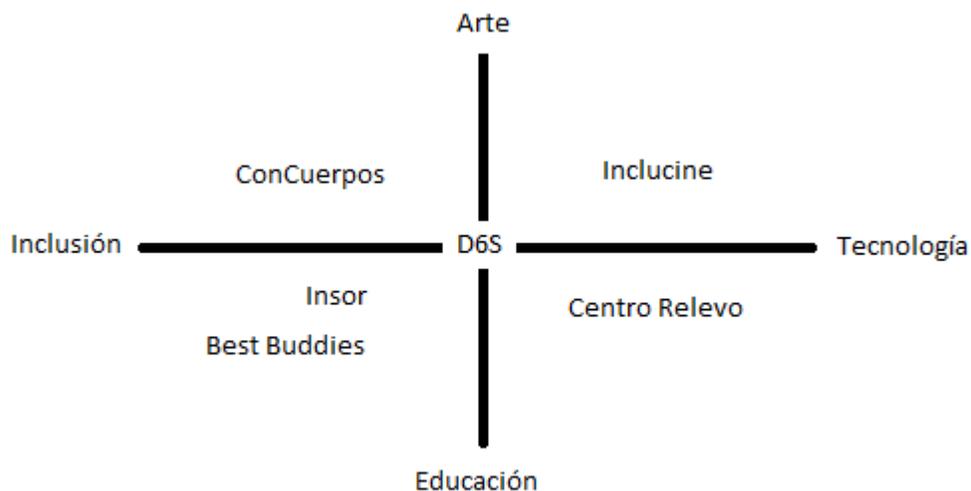


Gráfico 13. Mapa de posicionamiento D6S
Elaboración propia

9.5.2 Estrategia sociocultural

En esta estrategia se reconoce la cultura sorda a través del trabajo colaborativo entre los creadores y productores culturales y los artistas sordos y expertos sobre la comunidad sorda. Es clave potenciar el trabajo en equipo y el intercambio de saberes entre miembros de las dos poblaciones (oyentes y sordos) para la realización de los talleres y la experiencia. Conocer el contexto sociocultural y económico de la comunidad sorda permitirá crear los puentes entre ambas culturas, y contribuirá al fortalecimiento y diversificación de la oferta cultural sorda en Bogotá. Por eso, se busca empoderar a los creadores, productores, gestores, gerentes y líderes culturales a través del conocimiento y apropiación de la comunidad sorda.

D6S le apuesta a sensibilizar al sector desde la formación y acercamiento a las dinámicas, intereses y necesidades socioculturales de la comunidad. En este sentido, D6S promoverá la construcción de una red cultural que le permita contar con aliados para transferir experiencias, saberes y prácticas de inclusión que diversifiquen la oferta cultural para la población sorda. La red tiene una morfología en malla porque el objetivo es que todos los actores estén conectados y trabajen en conjunto. De esta forma, la red trabajará por nodos temáticos que agrupan a los diferentes actores de acuerdo a sus capacidades similares, y cada nodo contará con un coordinador que liderará los procesos del proyecto. Los actores principales que se buscará vincular a la red son del Estado, organizaciones culturales públicas y privadas, empresas privadas, artistas y fundaciones relacionadas con el tema de inclusión.

9.5.3 Estrategia financiera

Distrito Sexto Sentido ofrece un portafolio de servicios para organizaciones culturales conformado por un diagnóstico del estado de inclusión de la organización, un proceso de formación y el diseño de experiencias interactivas junto a la organización. Los productos se ofrecen como paquete para recuperar la inversión contemplando un porcentaje de ganancia.

Teniendo en cuenta la realidad financiera de las organizaciones bogotanas del sector cultural, D6S apalancará recursos de cooperación internacional, *crowdfunding* y *grants* para disminuir el costo del paquete de servicios ofrecido a las entidades. Este es el orden de los fondos por medio de los cuales funcionará y será sostenible D6S.



Gráfico 14. Pirámide de financiación D6S

Distrito Sexto Sentido se proyecta como una Entidad Sin Ánimo de Lucro (ESAL) para poder acceder a los recursos del sector.

9.5.3.1 Recursos de cooperación bilateral y multilateral

En una primera instancia el proyecto buscará recursos por medio de organismos de cooperación internacional bilateral y multilateral, el porcentaje de recursos obtenidos por este medio permitirá definir el costo de los productos.

La búsqueda de financiamiento de cooperación tiene en cuenta dos líneas: enfoque de derechos (discapacidad e inclusión) y arte y cultura. A través de un mapeo se identifican financiadores que compartan los objetivos con D6S para aumentar la posibilidad de acceder a los recursos. Algunos posibles cooperantes que se relacionan con la misionalidad del proyecto y con los cuales se puede acceder a través de convocatorias son:

Organización	Tipo	¿Qué apoya?	Dirigido a	¿Cómo acceder?
USAID	Bilateral	Brinda especial atención a las minorías étnicas, mujeres, discapacitados, víctimas del conflicto y población vulnerable para que disfruten del goce efectivo de derechos.	La Institucionalidad a todos los niveles, nacional regional y local y las organizaciones de la sociedad civil, las instancias legítimas de participación de los grupos afro e indígenas.	Participación de convocatorias
Unión Europea	Bilateral	Busca mejorar la calidad de vida y bienestar integral de la población desde una perspectiva de acceso al disfrute pleno de los derechos básicos. Consta de cuatro componentes: • Salud para todos • Equidad de Género • Educación, Conocimiento y Adquisición de Habilidades • Otros aspectos de Desarrollo Social y Humano	Organizaciones No Gubernamentales, universidades, Sociedad Civil y autoridades locales	Instrumento de financiación de la Cooperación al Desarrollo
Embajada alemana	Bilateral	Los microproyectos tienen como objetivo el fomento del desarrollo social y económico en Colombia.	Organismos locales que no están en la capacidad de financiar en su totalidad proyectos que vinculen y beneficien a población con bajos recursos.	Microproyectos.
KOICA (Agencia de Cooperación Coreana)	Bilateral	Apoyo al fortalecimiento de capacidades a través de becas, cursos cortos y cursos de país.	Funcionarios del gobierno en general, población civil	Acceso a procesos de formación
UNFPA Fondo de Población para las Naciones Unidas	Multilateral	Busca como resultado fortalecer a las entidades públicas del orden nacional y regional, a la sociedad civil y al sector privado en el diseño y aplicación de estrategias orientadas a disminuir la pobreza y a alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio.	Autoridades locales y Nacionales, y entidades encargadas de la recolección y análisis de información, así como de la formación de los recursos humanos en población.	Fondo de poblaciones

UNESCO	Multilateral	Apoyen y faciliten el desarrollo de modelos de innovación y/o de soluciones digitales para la creación, producción, distribución y acceso a diversos bienes y servicios culturales.	Tipo de organización: Organizaciones no gubernamentales (ONG) de países elegibles (países en desarrollo Partes en la Convención de 2005).	Fondo internacional de la diversidad cultural
AECID	Bilateral	Contribuir a mejorar la oferta cultural de los países socios a través de capacitaciones. Este programa además de dar capacitaciones también apoya proyectos que cumplen con los objetivos del programa.	Organizaciones públicas o de la sociedad civil	Programa ACERCA, a través de Fundación Internacional y para Iberoamérica De Administración y políticas públicas
SEGIB	Multilateral	Promover la formación y capacitación de profesionales del área técnica y de gestión	Organizaciones públicas o privadas de los países miembros	IberMuseos: Premios Ibermuseos Educación y Beca IberMuseos Capacitación

Tabla 5. Fuentes de cooperación bilateral y multilateral
Elaboración propia

9.5.3.2 Recaudos y fondos patrimoniales

Distrito Sexto Sentido ofrece productos innovadores de alta calidad para sus clientes. Por medio de la venta del paquete de servicios, el proyecto puede financiar los costos netos. El objetivo de los recursos de cooperación es disminuir o amortizar el costo del paquete para tener mayor movilidad y aceptación en el mercado.

Los clientes pueden comprar un portafolio de servicios completo, que incluye un diagnóstico, talleres y la co-creación de una experiencia interactiva.

9.5.3.3 Patrocinios

Teniendo en cuenta empresas interesadas en temas de inclusión, arte y cultura, para encontrar posibles puntos de encuentro que le permitan al proyecto ser efectivo al

conseguir el patrocinio, D6S buscará patrocinadores en el sector financiero, en la empresa privada, con fundaciones interesadas en la inclusión social y medios sensibles al tema que le apuestan a la diversidad.

9.5.3.4 Subvenciones

Por medio de las subvenciones, D6S movilizará dinero, bienes o servicios proveniente de fundaciones o la administración pública. Un rastreo de convocatorias a nivel distrital con enfoques artísticos, ciudadanos o sociales y de fundaciones nacionales e internacionales que apoyen iniciativas de arte, cultura e inclusión, ha permitido identificar la cantidad de recursos disponibles para ejecutar los proyectos y productos de D6S.

En el caso del sector público, las convocatorias parten de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte desde varias líneas estratégicas: agenciamiento, apropiación, circulación, creación, cultura ciudadana para la convivencia, emprendimiento, formación, investigación o protección y salvaguardia.

En el sector privado existe una variedad de fundaciones que desde el enfoque de derechos apoyan iniciativas en humanidades, arte y cultura para el bienestar de sociedades diversas y democráticas

Algunos de los ejemplos de las convocatorias públicas y privadas acordes a los productos y propósitos de D6S y en las cuales podría participar son:

Organización	Nombre	Tipo	Qué apoya	Dirigido a
IDARTES	Beca Bogotá Diversa proyectos dirigidos a sectores sociales	Subvención pública	Visibilizar y fortalecer las prácticas artísticas de las personas con discapacidad o aquellas encaminadas a desarrollar propuestas de garantía de derechos culturales de las personas con discapacidad a través de las artes.	Agrupaciones que se encuentren conformadas por personas de nacionalidad colombiana o extranjeras, que residan de manera permanente en Bogotá o hasta en un 50 % en los municipios de Soacha, Facatativá, Zipaquirá, Chía, Mosquera, Madrid, Funza, Cajicá, Sibaté, Tocancipá, La Calera, Sopó, Tabio, Tenjo, Cota, Gachancipá y Bojacá.
	Beca ciudadanías juveniles locales	Subvención pública	Promover iniciativas de construcción de comunidad desde los jóvenes, mediante el desarrollo de procesos artísticos, culturales o patrimoniales, que incluyan dentro de sus estrategias el diálogo intergeneracional, el reconocimiento de las manifestaciones de las juventudes y el respeto a la diversidad en sus comunidades.	Agrupaciones o colectivos juveniles conformados por mínimo dos (2) jóvenes mayores de edad y residentes en Bogotá, que acrediten experiencia de mínimo un (1) año en la realización de proyectos con este tipo de población y mínimo dos (2) jóvenes menores de edad, mayores de 14 años, que deben participar de la ejecución de la propuesta, estos últimos integrantes no deberán registrarse en la plataforma.
FUGA	Beca Nacional para laboratorios de arte, ciencia y tecnología en Plataforma Bogotá,	Subvención pública	Beca para el desarrollo de cuatro (4) laboratorios con metodologías que promuevan el trabajo colectivo y colaborativo, la experimentación, el intercambio y encuentro de	Persona natural, jurídica o agrupación, mayores de edad, colombiano o extranjeros residentes en Colombia, que desarrollen propuestas

	Laboratorio Interactivo de Arte, Ciencia y Tecnología		saberes entre agentes de diversas disciplinas en torno al arte, la ciencia y la tecnología.	en torno al arte la ciencia y la tecnología.
SCRD	Premios Sexto Sentido	Subvención pública	Premiar iniciativas exitosas de cultura ciudadana y transformación cultural gestionadas por la ciudadanía, que hayan abordado el componente cultural de problemáticas que afectan a los habitantes de Bogotá D.C. desde una perspectiva innovadora y participativa que haya puesto en práctica formas diversas de concebir y hacer cultura ciudadana y transformación cultural.	Agrupaciones, personas jurídicas o personas naturales que hayan desarrollado proyectos en la ciudad de Bogotá, con resultados exitosos y afines al objeto de la convocatoria.
Andrew W. Mellan Foundation		Fundación	Busca fortalecer y promover la contribución de las humanidades y las artes para el bienestar de sociedades diversas y democráticas a través de 5 áreas de su programa básico, de estas áreas nos enfocamos en dos; Patrimonio Cultura y Diversidad.	Iniciativas dirigidas a diversificar el liderazgo, el personal, los artistas y el público. Organizaciones culturalmente específicas y geográficamente diversas.

Tabla 6. Fuentes de subvenciones
Elaboración propia

9.5.3.5 Crowdfunding

Por medio de este mecanismo de financiación colectivo, D6S pretende obtener un porcentaje bajo de recursos destinados para el mantenimiento y pagos de gastos fijos de la organización. Aunque no es vital, esta fuente de recursos permitiría estabilizar el flujo de caja de D6S.

Para el proyecto utilizaremos como plataforma Vaki, que ya ha trabajado exitosamente con proyectos en Colombia y otros países de América. Con Vaki se pueden crear y compartir campañas para recolectar dinero con ayuda de la comunidad.

Esta plataforma les colabora a los creadores para la presentación de sus campañas y permite hacer seguimiento en tiempo real de los aportes. El proceso de inscripción requiere un registro, formulario, publicación y seguimiento.

9.5.4 Estrategia tecnológica

D6S considera que la tecnología contribuye a la creación de puentes biculturales, por su capacidad de estimular los sentidos, de conectar mundos, de eliminar barreras y de facilitar procesos. Cree que una de las manifestaciones del sexto sentido es la tecnología porque mediante el uso de dispositivos, herramientas y/o interfaces tecnológicas busca que las organizaciones culturales se empoderen en el tema de la inclusión. Esto es posible porque la tecnología facilita y ayuda a que los contenidos se adapten rápidamente y se ajusten a las necesidades de comunicación de las organizaciones.

La estrategia tecnológica tiene dos pilares fundamentales: el primero es la **transferencia de conocimiento** que se realiza a través del taller de arte digital para ofrecer a los involucrados en la producción cultural las últimas tendencias tecnológicas en la creación de este tipo de arte. El segundo pilar es la **creación artística** que se desarrolla en las experiencias multisensoriales y que se fortalece mediante el uso de tecnologías convergentes (mezcla de ciencia y tecnología), que plantean una revolución económica y social.

El interés temático en esta estrategia es “la Nanotecnología porque permite la construcción de nuevos materiales, dispositivos y productos con propiedades y características fuertemente innovadoras, competitivas y capaces de revolucionar

determinados procesos industriales y tecnológicos”²⁰, con este saber aplicado al arte se pretende que las organizaciones culturales dinamicen y agilicen sus procesos de inclusión, siendo más competitivas al ampliar su oferta cultural. La Nanotecnología, la Biotecnología y las TIC presentan hoy en día un gran panorama que amplía las posibilidades de re-crear universos y de realizar una inmersión total en las experiencias artísticas. El uso de estas tecnologías contribuye a disminuir las barreras comunicativas entre las personas y los oyentes, entre la comunidad sorda y las organizaciones culturales.

10. Cronograma

El siguiente es un cronograma modelo-ideal de los tiempos de intervención por semana de D6S. Esta planeación es un aproximado del tiempo ideal; sin embargo, esta puede variar dependiendo del tamaño de la organización, de procesos internos o de otras variables externas a D6S.

En caso de que en algún momento se den varios proyectos con distintas entidades, D6S contempla la contratación directa de recurso humano en cada proyecto que le permita responder a la demanda; no obstante, el gerente de D6S debe tener en cuenta que el mínimo de paquetes por vender es ocho. Teniendo en cuenta lo anterior, es acertado afirmar que el escenario ideal sería que se desarrollaran dos paquetes mínimo trimestrales para llegar a la meta.

²⁰ De Castro, J. y Serena, P., 2006. Convergencia NBIC, desarrollo sostenible y nueva tecnología. *El Cultura*. Recuperado de <https://www.elcultural.com/revista/ciencia/Convergencia-NBIC/16865>, el 26 de noviembre de 2018.

Actividades	MES 10				MES 11				MES 12			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Diseño y aplicación Inclusión 360	■	■	■	■								
Aplicación de entrevistas				■								
Herramienta Detective silencioso			■	■								
Presentación de hallazgos					■	■						
Taller de sensibilización Fase I						■	■					
Taller de sensibilización Fase II						■	■					
Taller de lengua de señas							■	■				
Taller de arte visual y digital								■	■			
Taller de comunicación: el lenguaje más allá									■	■		
Creación de experiencia										■	■	■
		■					■					

Tabla 7. Cronograma D6S
Elaboración propia

11. Presupuesto

11.1 Presupuesto costos administrativos

La siguiente tabla muestra los costos fijos de D6S en un año. Debido a las dimensiones y el alcance del proyecto, los costos fijos no son muy altos, no se requieren muchos gastos administrativos fijos mensuales. Es importante resaltar que D6S trabaja por venta de paquetes de servicios a organizaciones culturales, para lograr el punto de equilibrio en el primer año de funcionamiento es necesario vender 8 paquetes de servicios, es decir, realizar dos paquetes trimestrales para cubrir los costos fijos y variables.

Este es un ejemplo perfecto de piloto de proyectos pequeños con poblaciones específicas. Después de su aplicación, y con lecciones aprendidas, se puede replicar esta metodología de trabajo para otras poblaciones o ampliar el trabajo con la comunidad sorda a otros sectores.

Ingresos Distrito Sexto Sentido			
Primer trimestre		Trimestres posteriores	
Inversión creadores de D6S	12.500.000	Saldo a favor	13.000.000
Venta de paquetes (VDP)	22.844.500	VDP	22.844.500
Patrocinios	10.000.0000	Patrocinios	10.000.0000
Crowdfunding	2.000.000	Crowdfunding	2.000.000
Otros	10.000.000	Otros	10.000.000
Total	57.344.500	Total	57.844.500

Tabla 8. Ingresos D6S
Elaboración propia

GASTOS DE OPERACIÓN	AÑO 1
NÓMINA MENSUAL	mensual
Cargo 1	UNIDAD
Salario	2.000.000
Auxilio de transporte - Seguridad social – Prestaciones sociales	-
Cargo 2	UNIDAD
Sordo (Honorarios)	2.000.000
TOTAL NOMINA MENSUAL	4.000.000
ARRIENDOS	
Oficina	1.000.000
Equipos	427.000
TOTAL	1.427.000
OUTSOURCING	
Plataforma	80.000
Plataforma encuesta	144.000
Contratista comunicaciones	1.200.000
TOTAL	1.424.000
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	6.851.000
TOTAL COSTOS FIJOS TRIMESTRALES	20.553.000
COSTOS FIJOS ANUALES	82.212.000

Tabla 9. Gastos de operación D6S
Elaboración propia

Los costos fijos de D6S están divididos de forma mensual contemplando los rubros de un director que encabezará los proyectos y delegará funciones, la compra de equipos, el arriendo de una oficina, la página web, una plataforma para el envío de encuestas y un contratista de comunicaciones encargado de la búsqueda de patrocinios y el posicionamiento de la marca en el sector.

Los costos específicos del paquete de servicios están discriminados por producto y hacen parte de los costos variables, que se pagan con el precio de venta de los paquetes.

11.2 Presupuesto paquete de servicios

PAQUETE DE SERVICIOS					
DIAGNÓSTICO					
Ítem		Número de unidades	Horas	Valor unitario/hora	Total
Diseño y aplicación de la evaluación de inclusión 360		1		800.000	800.000
Entrevistas		5	10	120.000	1.200.000
Visita guiada - detective y análisis		1	4	80.000	320.000
Honorarios un consultor (Por día)		1	5	120.000	600.000
SUBTOTAL					2.920.000
FASE FORMACIÓN - TALLERES DISRUPTIVOS					
Ítem		Número de	Horas	Valor	Total

		unidades		unitario/hora	
Taller de sensibilización	Fase 1				
	Sordos	1	0,6	140.000	84.000
	Cartillas	10		30.000	300.000
	Fase 2				
	Tallerista	1	1,6	120.000	192.000
	TOTAL				576.000
Taller de lengua de señas	Sordo		1,6	120.000	192.000
	Intérprete		1,6	80.000	128.000
	Tallerista		1,6	120.000	192.000
	Material (Cartilla de lengua de señas)	10		15.000	150.000
	TOTAL				662.000
Taller de arte visual y digital	Sordo	1	2	120.000	240.000
	Intérprete	1	2	80.000	160.000
	Tallerista	1	2	120.000	240.000
	Materiales	10		900	9.000
	TOTAL				649.000
Taller comunicaciones	Tallerista	1	2	120.000	240.000
	TOTAL				240.000
Estación de café		4		150.000	600.000
SUBTOTAL					2.727.000
FASE EXPERIENCIAS					
Ítem		Número de unidades	Horas	Valor unitario/hora	Total

Intérpretes (por hora)		2	2	80.000	160.000
Sordos		1	2	120.000	240.000
Artista		1	2	120.000	240.000
Diseño de la experiencia		1	2	120.000	240.000
SUBTOTAL					880.000
SUBTOTAL COSTO PAQUETE					6.527.000
FEE (65%)					\$4.242.550
IMPREVISTOS (10%)					\$652.700
TOTAL COSTO PAQUETE					\$11.422.250

Tabla 10. Presupuesto paquete de servicios D6S
Elaboración propia

Total costos trimestrales (Costos fijos + costos variables) = \$ 43.397.500

Total costos anuales (Costos fijos + costos variables) = \$ 173.590.000

12. Indicadores

Distrito Sexto Sentido trabaja por cumplir sus objetivos y generar cambios en las situaciones que identifica como oportunidades de mejoría. La medición por indicadores permite entender y medir el efecto o los resultados previstos desde el actuar de la organización por medio de marcos que están interconectados.

Para definir los indicadores, D6S planteó la relación entre el contexto, los insumos, productos, resultados e impactos generados por la organización. Asimismo, aborda el enfoque de derechos en cada uno de sus productos y el impacto buscado por ellos. Este enfoque garantiza la vinculación de todos los seres humanos, en especial los grupos de población que son objeto de una mayor marginación, exclusión y

discriminación. De esta manera, pretende reducir la barrera comunicativa entre las personas sordas y la sociedad.

Con el fin de evaluar si labor de D6S contribuye al desarrollo de alternativas en las organizaciones culturales para la creación de puentes de comunicación artísticos y culturales entre personas sordas y oyentes, se describieron indicadores de impacto, gestión, procesos y resultados. Gracias a estos indicadores se medirá el nivel de incidencia que tienen los servicios que presta D6S para generar transformaciones sociales que aporten a la construcción de una sociedad más inclusiva.

Objetivos	Indicadores	Fase
Asesorar a organizaciones culturales en la diversificación de una oferta cultural integradora.	Impacto. Calidad de los productos o servicios de las organizaciones culturales/Nº de personas sordas que se benefician de los servicios culturales.	Al finalizar el proyecto
	Gestión. Nº de formatos y medios de divulgación en circulación	Al finalizar el proyecto
Formar a los involucrados en la producción cultural a través de talleres disruptivos que generen intercambios de prácticas, experiencias y saberes entre personas sordas y oyentes.	Gestión. Nº de participantes de la organización en los talleres/Nº total de personas de la organización.	Al finalizar la fase de talleres
	Resultado. Expansión de conocimientos sobre la cultura sorda.	Al finalizar la fase de talleres
Co-diseñar experiencias interactivas que vinculen a la población sorda y oyente.	Resultado. Nº de personas sordas que se vinculan a procesos de creación/ Nº de procesos de creación.	Al finalizar el proyecto
	Proceso. Calidad del proceso creativo -Claridad en la didáctica -Capacidad de interpretación -Emoción, empatía, felicidad, tristeza (satisfacción).	Al finalizar la fase de creación
	Impacto. Semióticas inteligibles para todos los públicos.	Al finalizar el proyecto

Tabla 11. Indicadores D6S
Elaboración propia

13. Referencias, bibliografía y webgrafía

13.1 Referencias

ALIANZA GLOBAL PARA LA DIVERSIDAD CULTURAL - GLOSARIO. *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco)*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/programmes/global-alliance-for-cultural-diversity/resource-centre/tools/glossary/>, el 9 de junio de 2018.

CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL, 2013. "Documento Social CONPES 166" [Documento de trabajo]. Recuperado de: <http://www.mincultura.gov.co/areas/poblaciones/poblacion-con-discapacidad/Paginas/166.pdf>, el 9 de junio de 2018.

DE CASTRO, J. y Serena, P., 2006. Convergencia NBIC, desarrollo sostenible y nueva tecnología. *El Cultura*. Recuperado de <https://www.elcultural.com/revista/ciencia/Convergencia-NBIC/16865>, el 26 de noviembre de 2018.

DECRETO 470 DE 2007. Alcaldía Mayor de Bogotá. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27092>, el 9 de mayo de 2018.

ESCALERA, Narváez, A. *Relativismo lingüístico, relativismo ontológico*. Revista Noesis. Volumen 21, número 42 (2012).

GONZÁLEZ Vicente, V., 2011. *Un acercamiento histórico a la Comunidad Sorda de Bogotá*. Proyecto Cátedra, SED - FENASCOL.

INSTITUTO NACIONAL PARA SORDOS (INSOR). Estadísticas básicas población sorda colombiana. Recuperado de: <http://www.insor.gov.co/observatorio/estadisticas-basicas-poblacion-sorda-colombiana/>, el 15 de abril de 2018.

INSTITUTO NACIONAL PARA SORDOS (INSOR). *Boletín Observatorio Social de Población Sorda Colombiana. Estadísticas e información para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población sorda colombiana*. Recuperado de:

<http://www.insor.gov.co/historico/images/bolet%C3%ADn%20observatorio.pdf>, el 30 de mayo de 2018.

INSTITUTO NACIONAL PARA SORDOS (INSOR). *Boletín Observatorio Social de Población Sorda Colombiana. Estadísticas e información para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la población sorda colombiana*. Boletín N° 2 - junio de 2011. Recuperado de: http://www.insor.gov.co/descargar/publicaciones/boletin_observatorio02.pdf, el 30 de mayo de 2018.

INSTITUTO NACIONAL PARA SORDOS (INSOR). *Glosario Insor*. Recuperado de: <http://www.insor.gov.co/atencion-al-ciudadano/glosario/>, el 9 de junio de 2018.

KLIKSBERG, B., 1999. *Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo*. En: Revista de la Cepal 69. Recuperado de: http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/CapitalSocialyCultura_Kliksberg_1999.pdf, el 9 de junio de 2018.

LINEAMIENTOS generales para la implementación de la Política Pública Nacional de Discapacidad e Inclusión Social en entidades territoriales 2013-2022. Recuperado de: www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/politica-publica-discapacidad-2013-2022.pdf, el 9 de junio de 2018.

MALOKA. Crea tus proyectos con Maloka. *Maloka, museo interactivo*. Recuperado de <https://maloka.org/index.php/paratodos/portafolio-de-proyectos/crea-tus-proyectos-con-maloka#pam>, el 10 de noviembre de 2018.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN (Actualizado en el 2018). *Inclusión social*. Recuperado: <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-350650.html>. El 9 de junio de 2016.

NUSSBAUM, M., 2012. *Crear capacidades*. Paidós. Barcelona, España.

RUIZ Gutiérrez, J., 2009 *Gestión y cultura: relación en tres actos*. Universidad de los Andes. Bogotá. Colombia.

UNESCO, 2005. *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/>, el 28 de noviembre de 2018.

ZALDUENDO, P., 2014. Hipoacusia, definición – Tipos de sordera y niveles. Vidasana CUN: *Enfermedades graves*. Recuperado de: <https://www.enfermedadesgraves.com/blog/hipoacusia-definicion-tipos-de-sordera/>, el 9 de junio de 2018.

13.2 Bibliografía y webgrafía

AGUDELO Álvarez, N. y Lleras, S., 2015. *Para el salón: herramientas para el diseño centrado en el usuario*. Ediciones Uniandes. Bogotá, Colombia.

APRENDE. Design Thinking en Español. Recuperado de <https://designthinking.es/inicio/index.php>, el 16 de noviembre de 2018.

CASTRO Blanch, C. La generación de contenido, el rey de marketing. *Puromarketing*. Recuperado de <https://www.puromarketing.com/10/11746/generacion-contenido-marketing.html>, el 28 de noviembre de 2018.

CULTURA, SOCIEDAD PATRIMONIO, 2014. Qué aprendemos hoy. *Hundertwasser: el artista de las cinco pieles*. Recuperado de <http://queaprendemoshoy.com/hundertwasser-el-artista-de-las-cinco-pieles/>, el 9 de junio de 2018.

DÍAZ, J. (19 de abril de 2011) Metodología interactiva para generar contenidos interactivos. *JD Javierdisan*. Recuperado de <https://javierdisan.com/2011/04/19/metodologia-interactiva-para-generar-contenidos-interactivos/>, el 26 de noviembre de 2018.

GIRALDO, V (27 de diciembre de 2017). Así es “Sin palabras”, el primer café-bar para sordos en Bogotá. *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/bogota/asi-es-sin-palabras-el-primer-cafe-bar-para-sordos-en-bogota-articulo-730094>, el 2 de mayo de 2018.

GOUHG, I. (2007/08). *El enfoque de las capacidades de M. Nussbaum: un análisis comparado con nuestra teoría de las necesidades humanas*. En: Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global, N° 100. Recuperado de: <http://otrodesarrollo.com/desarrollohumano/GoughEnfoqueCapacidadesNusbau m.pdf>, el 9 de junio de 2018.

- INCLUCINE, Lecciones de cine para personas sordas y personas ciegas (s.f.). *Inclucine*. Recuperado de <http://www.inclucine.gov.co/inclucine>, el 4 de abril de 2018.
- PATIÑO, J., (16 de mayo de 2016). Rafael Lozano-Hemmer: Pseudomatismos. *Lustermagazine*. Recuperado de <http://www.lustermagazine.com/rafael-lozano-hemmer-pseudomatismos/>, el 16 de noviembre de 2018.
- PRIMAVESI, A. y Muñoz, R (16 de agosto de 2010). "Sencity": fiesta y música también para sordos, de estreno en Alemania. *DW Made for minds*. Recuperado de <https://www.dw.com/es/sencity-fiesta-y-m%C3%BAsica-tambi%C3%A9n-para-sordos-de-estreno-en-alemania/a-5914179>, el 10 de mayo de 2018.
- RADIO SANTA FE (14 de septiembre de 2018). Primer Festival Cultural del Silencio. *Radio Santa Fe*. Recuperado de <http://www.radiosantafe.com/2018/09/14/primer-festival-cultural-del-silencio/>, el 6 de noviembre de 2018.
- REDACCIÓN. Cómo usar una matriz de generación de contenidos. *GenWords*. Recuperado de <https://www.genwords.com/blog/matriz-de-generacion-de-contenidos-infografia>, el 28 de noviembre de 2018.
- SANTIAGO, R., (11 de enero de 2016). Del aprendizaje activo al aprendizaje interactivo. *The Flipped Classroom*. Recuperado de <https://www.theflippedclassroom.es/del-aprendizaje-activo-al-aprendizaje-interactivo/>, el 26 de noviembre de 2018.
- SEMANA (12 de diciembre de 2016). "Gózalo con La 33". *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/un-concierto-para-sordos/articulo/la-33-en-concierto-para-sordos/509196>, el 4 de abril de 2018.
- TIPOS DE ARTE (1 de noviembre de 2017). ¿Qué es el arte digital?. *Tipos de arte*. Recuperado de <https://tiposdearte.com/que-es-el-arte-digital/>, el 10 de noviembre de 2018.
- VENTANILLA ÚNICA. M Diputación de Málaga. Recuperado de http://www.malaga.es/ventanillaunica/3600/com1_fb-0/com1_md3_cd-17522/exposicion-museo-sentidos-grupo-igneo, el 10 de mayo de 2018.

14. Anexos

14.1 Mapa cultural inicial



Este mapa cultural muestra el estado inicial de la indagación después de realizar una revisión de la oferta cultural que tiene servicios incluyentes. Desde aquí los museos, las bibliotecas y el cine empiezan a destacarse. Por otro lado, se encuentran entidades que trabajan por la inclusión de personas sordas, mejorar su calidad de vida y facilitar su participación social. Estos fueron los primeros lugares que se destacaron en una percepción inicial de acercamiento al problema, ya sea como servicios culturales que

están buscando ofrecer un servicio más incluyente, ya sea como entidades por las actividades que realizan de inclusión. Si bien no se puede olvidar que es el primer grupo uno de los principales insumos de análisis, el segundo, afecta directamente en la caracterización de la población y en la asesoría que se presta para ofrecer un mejor servicio.

14.2 Mapa cultural final



Mapa cultural final
Elaboración propia

Este mapa amplió la percepción inicial en cuanto a los espacios que frecuentan los encuestados para acceder a los servicios culturales mostrando mayor dinamismo en las localidades bogotanas.

14.3 Encuesta comunidad sorda

Las preguntas de este primer instrumento se agrupan de la siguiente manera:

- Caracterización demográfica de la población.
- Aspectos psicográficos.
- Frecuencia de asistencia a espacios culturales: bibliotecas, museos, cine, clases de danza, festivales y ferias, conciertos, obras de teatro, muestras de arte y fotografía.
- Percepción de los espacios culturales, ya mencionados, por parte de las personas sordas.
- Relación de las personas sordas con la oferta cultural.
- Producción cultural de la comunidad sorda.

CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE LA POBLACIÓN				
	1. Sexo	2. Su sordera es:	3. ¿Qué edad tiene? (En número)	4. ¿En qué localidad o barrio vive?
1	Femenino	De nacimiento	62	Suba
2	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	31	Teusaquillo
3	Masculino	De nacimiento	23	Antonio Nariño
4	Femenino	De nacimiento	27	Soacha
5	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	32	Kennedy
6	Femenino	De nacimiento	29	Chapinero
7	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	30	Chapinero
8	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	51	Suba
9	Femenino	De nacimiento	30	Chapinero
10	Femenino	De nacimiento	48	Bosa barrio perdomo
11	Masculino	De nacimiento	30	Barrios Unidos
12	Masculino	De nacimiento	30	Barrios Unidos
13	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	32	Fontibón
14	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	40	Usme
15	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	19	Usme
16	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	21	Suba
17	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	22	Fontibón
18	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	21	Kennedy
19	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	25	Kennedy
20	Femenino	De nacimiento	22	Suba
21	Masculino	De nacimiento	40	Kennedy
22	Masculino	De nacimiento	29	Usme
23	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	31	Antonio Nariño
24	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	21	Ciudad Bolívar
25	Masculino	De nacimiento	24	Kennedy
26	Femenino	De nacimiento	28	Fontibón
27	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	24	Ciudad Bolívar
28	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	22	Bosa
29	Femenino	Adquirida (NO nació con ella)	31	Engativa
30	Femenino	De nacimiento	28	Usme
31	Masculino	De nacimiento	21	Ciudad Bolívar
32	Masculino	De nacimiento	25	Usaquén
33	Femenino	De nacimiento	28	Teusaquillo
34	Masculino	De nacimiento	22	Tunjuelito
35	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	51	Kennedy
36	Masculino	De nacimiento	42	Kennedy
37	Masculino	De nacimiento	32	Bosa
38	Femenino	De nacimiento	22	San cristobal
39	Masculino	Adquirida (NO nació con ella)	26	Engativa

CARACTERIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE LA POBLACIÓN				
	5. ¿Cuál es el estrato del lugar donde vive?	6. La vivienda donde vive es:	7. En la actualidad, su estado laboral es:	8. Sus ingresos personales mensuales son:
1	5	a. Propia	f. Desempleado	a. Menores de \$500.000
2	4	a. Propia	e. Independiente	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
3	3	c. Arrendada	d. Estudiante	a. Menores de \$500.000
4	2	a. Propia	a. Empleado del sector público	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
5	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	a. Empleado del sector público	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
6	4	c. Arrendada	b. Empleado del sector privado	c. Entre \$2.100.000 y \$3.500.000
7	3	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	e. Independiente	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
8	3	a. Propia	f. Desempleado	e. No tiene ingresos personales
9	3	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	e. Independiente	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
10	3	a. Propia	a. Empleado del sector público	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
11	3	c. Arrendada	b. Empleado del sector privado	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
12	3	c. Arrendada	b. Empleado del sector privado	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
13	3	c. Arrendada	e. Independiente	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
14	1	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	b. Empleado del sector privado	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
15	1	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
16	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
17	1	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
18	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
19	3	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
20	3	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	a. Menores de \$500.000
21	3	a. Propia	b. Empleado del sector privado	e. No tiene ingresos personales
22	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	b. Empleado del sector privado	a. Menores de \$500.000
23	3	a. Propia	d. Estudiante	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
24	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	b. Empleado del sector privado	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
25	3	c. Arrendada	a. Empleado del sector público	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
26	4	a. Propia	c. Oficios del hogar	e. No tiene ingresos personales
27	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	f. Desempleado	e. No tiene ingresos personales
28	2	c. Arrendada	f. Desempleado	e. No tiene ingresos personales
29	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	f. Desempleado	e. No tiene ingresos personales
30	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	c. Oficios del hogar	e. No tiene ingresos personales
31	2	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	c. Oficios del hogar	e. No tiene ingresos personales
32	1	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
33	4	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	e. Independiente	a. Menores de \$500.000
34	2	c. Arrendada	d. Estudiante	e. No tiene ingresos personales
35	2	a. Propia	b. Empleado del sector privado	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
36	3	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	b. Empleado del sector privado	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000
37	2	c. Arrendada	f. Desempleado	e. No tiene ingresos personales
38	3	b. Familiar (le pertenece a alguien de su familia)	a. Empleado del sector público	c. Entre \$2.100.000 y \$3.500.000
39	3	c. Arrendada	a. Empleado del sector público	b. Entre \$501.000 y \$2.000.000

ASPECTOS PSICOGRAFICOS		
9. ¿En qué actividades ocupa su tiempo libre? (Puede marcar varias opciones)	10. ¿Qué tipo de actividades culturales y artísticas prefiere? (Puede elegir varias opciones)	11. ¿Cuáles serían las principales barreras para no asistir a actividades culturales? (Puede elegir varias opciones)
1 b. Leer y/o escribir.	a. Cine, c. Televisión, radio, video, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	b. No cuenta con instalaciones cerca, c. No tiene tiempo
2 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar, b. Leer y/o escribir, d. Proyectos personales de emprendimiento, e. Practicar algún deporte	a. Cine, c. Televisión, radio, video, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	No tiene acompañante, No conoce la programación o eventos culturales
3 b. Leer y/o escribir.	e. Danza	c. No tiene tiempo
4 c. Pintar, dibujar, hacer esculturas.	e. Danza	c. No tiene tiempo
5 e. Practicar algún deporte, Red social	a. Cine, c. Televisión, radio, video, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	
6 b. Leer y/o escribir, d. Proyectos personales de emprendimiento, e. Practicar algún deporte	a. Cine, h. Literatura o prensa, Tecnología	e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
7 c. Pintar, dibujar, hacer esculturas, d. Proyectos personales de emprendimiento	a. Cine, c. Televisión, radio, video, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
8 b. Leer y/o escribir, Ayudar a la comunidad sorda.	a. Cine, c. Televisión, radio, video, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	a. Es muy costoso, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
9 emprendimiento	g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades, h. Literatura o prensa	a. Es muy costoso, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
10 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	c. Televisión, radio, video, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	a. Es muy costoso, b. No cuenta con instalaciones cerca
11 b. Leer y/o escribir.	a. Cine, c. Televisión, radio, video	a. Es muy costoso, c. No tiene tiempo
12 b. Leer y/o escribir.	a. Cine, c. Televisión, radio, video	a. Es muy costoso, c. No tiene tiempo
13 d. Proyectos personales de emprendimiento, e. Practicar algún deporte	a. Cine, b. Música	g. No conoce la programación o eventos culturales
14 b. Leer y/o escribir, e. Practicar algún deporte	a. Cine, c. Televisión, radio, video, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades, h. Literatura o prensa	c. No tiene tiempo, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
15 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar, b. Leer y/o escribir, d. Proyectos personales de emprendimiento	a. Cine, e. Danza, h. Literatura o prensa	d. No le interesa, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades, g. No conoce la programación o eventos culturales
16 b. Leer y/o escribir, e. Practicar algún deporte	a. Cine, c. Televisión, radio, video	c. No tiene tiempo
17 c. Pintar, dibujar, hacer esculturas.	d. Teatro, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	c. No tiene tiempo
18 Música, canciones	b. Música, e. Danza	e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
19 c. Pintar, dibujar, hacer esculturas.	a. Cine, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	b. No cuenta con instalaciones cerca, c. No tiene tiempo
20 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar, b. Leer y/o escribir, c. Pintar, dibujar, hacer esculturas, e. Practicar algún deporte	a. Cine, d. Teatro, e. Danza, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad, h. Literatura o prensa	a. Es muy costoso, c. No tiene tiempo, d. No le interesa, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades, g. No conoce la programación o eventos culturales
21 emprendimiento, e. Practicar algún deporte	a. Cine, c. Televisión, radio, video, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades, h. Literatura o prensa	b. No cuenta con instalaciones cerca, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades
22 b. Leer y/o escribir, Enseño LCS	b. Música, d. Teatro, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	a. Es muy costoso, b. No cuenta con instalaciones cerca, g. No conoce la programación o eventos culturales
23 e. Practicar algún deporte, También me gusta cocinar	a. Cine, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	a. Es muy costoso, g. No conoce la programación o eventos culturales
24 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	d. Teatro	g. No conoce la programación o eventos culturales
25 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	c. Televisión, radio, video, d. Teatro, e. Danza	c. No tiene tiempo, f. No tiene acompañante, g. No conoce la programación o eventos culturales
26 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	g. No conoce la programación o eventos culturales
27 e. Practicar algún deporte	d. Teatro	g. No conoce la programación o eventos culturales
28 b. Leer y/o escribir, e. Practicar algún deporte	c. Televisión, radio, video	g. No conoce la programación o eventos culturales
29 b. Leer y/o escribir, c. Pintar, dibujar, hacer esculturas.	f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	a. Es muy costoso
30 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	a. Cine	c. No tiene tiempo
31 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	a. Cine	c. No tiene tiempo
32 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	e. Danza	c. No tiene tiempo
33 c. Pintar, dibujar, hacer esculturas.	a. Cine, b. Música, c. Televisión, radio, video, e. Danza, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad, Diseño de moda	g. No conoce la programación o eventos culturales
34 c. Pintar, dibujar, hacer esculturas.	a. Cine, d. Teatro, g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	g. No conoce la programación o eventos culturales
35 Salón Belleza	g. Pintura, escultura, artesanías y/o manualidades	d. No le interesa
36 a. Tejer, hacer manualidades, cocinar.	d. Teatro	No aplica
37 b. Leer y/o escribir, e. Practicar algún deporte	d. Teatro	a. Es muy costoso
38 b. Leer y/o escribir	a. Cine, b. Música, c. Televisión, radio, video, d. Teatro, h. Literatura o prensa, Bicicleta	a. Es muy costoso, b. No cuenta con instalaciones cerca, c. No tiene tiempo, d. No le interesa, e. Los espacios no están adaptados a sus necesidades, g. No conoce la programación o eventos culturales, No hay cultura sorda
39 b. Leer y/o escribir, d. Proyectos personales de emprendimiento	a. Cine	c. No tiene tiempo
	a. Cine, d. Teatro, f. Fotografía, diseño gráfico, publicidad	a. Es muy costoso

FRECUENCIA ASISTENCIA ESPACIOS CULTURALES

	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [a. Bibliotecas]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [b. Museos]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [c. Cine]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [d. Clases de danza]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [e. Festivales y ferias]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [f. Conciertos]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [g. Obras de teatro]	12. ¿Con qué frecuencia asiste a los siguientes espacios?: [h. Muestras de arte o fotografía]
1	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes	5. Nunca	5. Nunca	3. Una vez al mes
2	5. Nunca	5. Nunca	3. Una vez al mes	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
3	5. Nunca	5. Nunca	3. Una vez al mes	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
4	4. Una vez al año	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	1. Todos los días
5	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	1. Todos los días	1. Todos los días
6	4. Una vez al año	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	5. Nunca	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año
7	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana
8	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	4. Una vez al año	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
9	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	2. Una vez a la semana	5. Nunca	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana
10	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes
11	5. Nunca	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes
12	5. Nunca	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes
13	5. Nunca	5. Nunca	3. Una vez al mes	5. Nunca	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca	4. Una vez al año
14	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca	4. Una vez al año	4. Una vez al año
15	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	5. Nunca	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes
16	5. Nunca	5. Nunca	2. Una vez a la semana	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
17	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana
18	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	1. Todos los días	4. Una vez al año	5. Nunca	4. Una vez al año	5. Nunca
19	5. Nunca	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	5. Nunca	5. Nunca	2. Una vez a la semana	5. Nunca	5. Nunca
20	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca	5. Nunca	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	3. Una vez al mes
21	4. Una vez al año	5. Nunca	4. Una vez al año	5. Nunca	4. Una vez al año	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
22	4. Una vez al año	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	5. Nunca	4. Una vez al año	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
23	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana	4. Una vez al año	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes
24	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana	1. Todos los días	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año
25	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	1. Todos los días	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	4. Una vez al año
26	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	5. Nunca	1. Todos los días	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana
27	2. Una vez a la semana	5. Nunca	2. Una vez a la semana	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
28	5. Nunca	1. Todos los días	2. Una vez a la semana	5. Nunca	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	4. Una vez al año	5. Nunca
29	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca	5. Nunca
30	5. Nunca	5. Nunca	1. Todos los días	5. Nunca	4. Una vez al año	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
31	2. Una vez a la semana	4. Una vez al año	2. Una vez a la semana	2. Todos los días	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	1. Todos los días
32	4. Una vez al año	4. Una vez al año	1. Todos los días	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año
33	5. Nunca	5. Nunca	3. Una vez al mes	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	2. Una vez a la semana
34	1. Todos los días	4. Una vez al año	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca
35	2. Una vez a la semana	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca	2. Una vez a la semana	5. Nunca	5. Nunca	1. Todos los días
36	4. Una vez al año	4. Una vez al año	3. Una vez al mes	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	4. Una vez al año	5. Nunca
37	4. Una vez al año	5. Nunca	3. Una vez al mes	5. Nunca	5. Nunca	5. Nunca	4. Una vez al año	4. Una vez al año
38	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	1. Todos los días	3. Una vez al mes	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes	3. Una vez al mes
39	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana	3. Una vez al mes	1. Todos los días	1. Todos los días	1. Todos los días	2. Una vez a la semana	2. Una vez a la semana

PERCEPCIÓN ESPACIOS CULTURALES									
13. De 1 a 5, ¿cómo calificaría los siguientes servicios culturales en Bogotá, teniendo en cuenta sus necesidades? Siendo 1 muy malo y 5									
[a. Bibliotecas]	[b. Museos]	[c. Cine]	[d. Clases de danza]	[e. Festivales y ferias]	[f. Conciertos]	[g. Obras de teatro]	[h. Exhibiciones de arte o fotografía]		
1	5	5	3	4	1	3	1		
2	5	2	2	2	3	2	2		
3	3	3	3	3	1	1	1		
4	5	5	5	5	4	5	5		
5	2	2	1	2	3	1	3		
6	4	4	2	2	1	1	1		
7	2	3	1	1	1	1	1		
8	4	4	4	3	1	3	3		
9	2	2	3	2	3	3	2		
10	3	3	3	3	3	3	3		
11	4	4	1	2	2	1	4		
12	4	4	3	2	2	1	4		
13	5	5	1	4	5	1	2		
14	2	3	1	1	1	2	1		
15	1	1	1	1	1	1	1		
16	1	1	1	1	1	1	1		
17	2	2	2	2	2	2	2		
18	2	4	3	5	5	4	2		
19	1	5	1	1	1	1	1		
20	4	4	2	2	3	3	3		
21	2	2	3	3	2	2	2		
22	4	4	1	1	1	2	3		
23	3	3	3	2	2	2	3		
24	2	4	1	4	5	5	5		
25	4	5	3	4	3	4	5		
26	1	1	1	1	1	1	1		
27	3	3	2	1	1	4	1		
28	4	5	4	5	5	5	4		
29	5	5	3	5	4	4	4		
30	1	1	4	2	1	3	1		
31	4	4	5	3	3	3	2		
32	1	1	4	2	2	1	2		
33	1	1	1	1	1	1	1		
34	5	5	3	5	1	2	5		
35	5	5	1	5	1	5	1		
36	2	2	2	2	2	2	2		
37	1	1	3	1	1	4	1		
38	3	2	3	3	2	2	3		
39	3	3	2	2	2	3	3		

RELACION OFERTA CULTURAL		15. En Bogotá, ¿a dónde va a cine?
14. ¿Cómo se enteró de los conciertos, exhibiciones de arte, programación de cine o de bibliotecas en Bogotá? (Puede elegir varias opciones)		Bogotá
1 a. Un amigo o familiar, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión)		A cualquier centro comercial
2 d. Redes sociales		Al centro comercial
3 a. Un amigo o familiar, d. Redes sociales		Gran estación
4 d. Redes sociales		Centro comercial
5 a. Un amigo o familiar, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión)		Andino o atlantis o usaquen
6 a. Un amigo o familiar, b. Páginas web de entidades públicas, c. Páginas web de empresas privadas, d. Redes sociales		Andino
7 b. Páginas web de entidades públicas, c. Páginas web de empresas privadas, d. Redes sociales		No asisto
8 d. Redes sociales, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión), f. Afiches y volantes		Titan
9 d. Redes sociales		Centro comercial
10 d. Redes sociales		Varios
11 a. Un amigo o familiar, d. Redes sociales		Varios
12 a. Un amigo o familiar, d. Redes sociales		Gran Estación
13 c. Páginas web de empresas privadas, d. Redes sociales		Gran Estación
14 g. No me entero		No voy
15 g. No me entero		Gran Sante
16 g. No me entero		Nunca
17 g. No me entero		Gran estación, 1 mayor
18 g. No me entero		
19 g. No me entero		
20 a. Un amigo o familiar, b. Páginas web de entidades públicas, d. Redes sociales, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión)		Aunque prefiero el uso Netflix, eso depende por no hay subtítulo y no hay video LSC
21 b. Páginas web de entidades públicas, d. Redes sociales, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión), f. Afiches y volantes		Siempre en centros comerciales cuando yo en bogota
22 a. Un amigo o familiar, d. Redes sociales		Andino, Titan
23 a. Un amigo o familiar, b. Páginas web de entidades públicas, c. Páginas web de empresas privadas, d. Redes sociales, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión)		C. C. Galerías, C.C. Mayor y otro lugar. C. C. Las americas
24 g. No me entero		Mayo centro
25 a. Un amigo o familiar, b. Páginas web de entidades públicas, d. Redes sociales, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión)		Comercial Plaza America
26 a. Un amigo o familiar		C. C. Comercial
27 a. Un amigo o familiar		Centro Mayo
28 d. Redes sociales		centro comercial gran estación
29 d. Redes sociales		En centro comercial de 80
30 a. Un amigo o familiar		Centro
31 a. Un amigo o familiar		Centro comercial
32 a. Un amigo o familiar, b. Páginas web de entidades públicas, d. Redes sociales		C. C. Galerías
33 a. Un amigo o familiar, b. Páginas web de entidades públicas		Centro Mayor
34 b. Páginas web de entidades públicas		Centro mayor
35 a. Un amigo o familiar		Cualquiera parte en Bogotá
36 a. Un amigo o familiar		Plaza Américas
37 a. Un amigo o familiar, d. Redes sociales, f. Afiches y volantes		Plaza Américas
38 d. Redes sociales		Gran estación
39 a. Un amigo o familiar, d. Redes sociales, e. Medios de comunicación (prensa, radio o televisión), f. Afiches y volantes		Gran estación, cine colombia porque tiene sub

RELACION OFERTA CULTURAL

16. ¿Cuál es su género de película favorito?	17. ¿Le gusta leer?	18. ¿Cuántos libros lee al año? (Escriba la respuesta solo en números)	19. Durante el último año, ¿ha leído? (Puede elegir varias opciones)
1. Drama	a. Si	5	Libros ilustrados o libro álbum, Prensa y publicaciones periódicas, Crecimiento personal
2. Acción	a. Si	1	Prensa y publicaciones periódicas
3. Acción	a. Si	3	Historietas, cómics, novela gráfica
4. Comedia romántica	a. Si	2	e. Prensa y publicaciones periódicas
5. Acción, b. Drama, d. Terror, e. Comedia romántica, g. Aventura	a. Si	1	c. Historietas, cómics, novela gráfica
6. Acción, b. Drama, c. Suspense, d. Terror, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	a. Si	3	a. Literatura y crónicas, b. Ensayo y libros informativos, c. Historietas, cómics, novela gráfica, d. Libros ilustrados o libro álbum, e. Prensa y publicaciones periódicas, f. Crecimiento personal
7. Acción, d. Terror, g. Aventura, h. Animada	a. Si	4	d. Libros ilustrados o libro álbum, f. Crecimiento personal
8. Acción, b. Drama, c. Suspense, d. Terror, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	a. Si	0	e. Prensa y publicaciones periódicas
9. Documental	a. Si	4	a. Literatura y crónicas, b. Ensayo y libros informativos, d. Libros ilustrados o libro álbum, e. Prensa y publicaciones periódicas
10. Comedia romántica	a. Si	1	d. Libros ilustrados o libro álbum
11. Acción, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	a. Si	2	e. Prensa y publicaciones periódicas
12. Acción, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	a. Si	2	e. Prensa y publicaciones periódicas
13. Acción	b. No	1	b. Ensayo y libros informativos, e. Prensa y publicaciones periódicas, f. Crecimiento personal
14. Acción, b. Drama, c. Suspense, d. Terror, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	b. No	0	a. Literatura y crónicas, b. Ensayo y libros informativos, c. Historietas, cómics, novela gráfica, e. Prensa y publicaciones periódicas
15. Comedia, h. Animada	a. Si	0	b. Ensayo y libros informativos
16. Drama, c. Suspense, d. Terror	b. No	0	g. No me gusta leer
17. Acción, b. Drama, c. Suspense, d. Terror, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	b. No	0	g. No me gusta leer
18. Comedia romántica	a. Si	0	---
19. Acción, e. Comedia romántica	b. No	0	b. Ensayo y libros informativos, d. Libros ilustrados o libro álbum
20. Drama, c. Suspense, d. Terror, e. Comedia romántica	a. Si	8	a. Literatura y crónicas, b. Ensayo y libros informativos, c. Historietas, cómics, novela gráfica, d. Libros ilustrados o libro álbum, e. Prensa y publicaciones periódicas
21. Acción, b. Drama, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	a. Si	2	b. Ensayo y libros informativos, c. Historietas, cómics, novela gráfica, d. Libros ilustrados o libro álbum, e. Prensa y publicaciones periódicas, f. Crecimiento personal
22. Acción, f. Comedia	a. Si	6	a. Literatura y crónicas, e. Prensa y publicaciones periódicas, f. Crecimiento personal
23. Acción, d. Terror, f. Comedia	a. Si	3	a. Literatura y crónicas, b. Ensayo y libros informativos, c. Historietas, cómics, novela gráfica
24. d. Terror	a. Si	1	d. Libros ilustrados o libro álbum
25. b. Drama, h. Animada	a. Si	1	b. Ensayo y libros informativos, e. Prensa y publicaciones periódicas, f. Crecimiento personal
26. d. Terror	a. Si	4	a. Literatura y crónicas
27. Acción, d. Terror, f. Comedia	a. Si	1	e. Prensa y publicaciones periódicas
28. d. Terror	a. Si	1	e. Prensa y publicaciones periódicas
29. b. Drama, e. Comedia romántica, h. Animada	a. Si	5	b. Ensayo y libros informativos
30. c. Suspense	b. No	0	g. No me gusta leer
31. d. Terror	a. Si	5	d. Libros ilustrados o libro álbum
32. Acción, d. Terror	b. No	1	c. Historietas, cómics, novela gráfica, e. Prensa y publicaciones periódicas
33. Acción, b. Drama, c. Suspense, d. Terror, e. Comedia romántica, f. Comedia, g. Aventura, h. Animada	b. No	0	c. Historietas, cómics, novela gráfica
34. d. Terror	b. No	0	c. Historietas, cómics, novela gráfica
35. e. Comedia romántica, f. Comedia	a. Si	2	e. Prensa y publicaciones periódicas
36. Acción	a. Si	1	e. Prensa y publicaciones periódicas
37. Acción, f. Comedia	a. Si	0	c. Historietas, cómics, novela gráfica, e. Prensa y publicaciones periódicas
38. Acción	a. Si	1	c. Historietas, cómics, novela gráfica
39. Acción, c. Suspense, g. Aventura, h. Animada	a. Si	3	b. Ensayo y libros informativos, c. Historietas, cómics, novela gráfica, d. Libros ilustrados o libro álbum, e. Prensa y publicaciones periódicas

RELACION OFERTA CULTURAL

20. ¿Con cuánta frecuencia lee?	21. ¿De qué forma prefiere leer?	22. ¿Conoce los videolibros?	23. ¿A qué biblioteca le gusta asistir? ¿Por qué?
1 a. Todos los días	Digital (internet, tableta, celular)	b. No	uan vez asistir porque no cabe tiempo
2 Una vez al año	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Julio Mario Santo Domingo y Nacional, cuentan con cursos de lenguaje de señas
3 Una vez a la semana	b. Impreso (físico)	b. No	No asisto a la biblioteca
4 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Interesa actividad que haces de las tareas necesita los libros o cuentas en biblioteca...
5 c. Una vez al mes	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Inventado
6 a. Todos los días	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Virgilio barco, ubicación
7 a. Todos los días	b. Impreso (físico)	b. No	Luis angel arango
8 a. Todos los días	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Francisco José de Caidas en Suba porque me permiten reunirme con los amigos a hablar.
9 a. Todos los días	b. Impreso (físico)	a. Si	Aprender la memoria
10 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	No voy
11 c. Una vez al mes	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Investigar de la U
12 c. Una vez al mes	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Investigar de la U
13 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Virgilio barco
14 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Julio Mario
15 b. Una vez a la semana	b. Impreso (físico)	b. No	Ninguna
16 e. Nunca	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Nunca
17 e. Nunca	c. Ninguno	b. No	Ninguna
18 a. Todos los días	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Ninguna
19 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Ninguna
20 b. Una vez a la semana	b. Impreso (físico)	b. No	Biblioteca u nacional
21 e. Nunca	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Luis ángel Arango porque casi tiene todo y es muy céntrico
22 a. Todos los días	b. Impreso (físico)	b. No	Luis Angel Arango, porque tiene una comunicación masiva en cuanto presenta eventos
23 c. Una vez al mes	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Me gusta leerlo porque importante sine conocer la historia, en la biblioteca Vargo.
24 d. Una vez al año	b. Impreso (físico)	a. Si	Tunal gusta operador leer
25 b. Una vez a la semana	b. Impreso (físico)	a. Si	No usar, pero si alguna veces no tiene tiempo
26 d. Una vez al año	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Nunca
27 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Ns/Nr
28 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Yo aprendí leer las diferentes de libro muy interés
29 a. Todos los días	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Si, a veces asiste a la biblioteca porque el espacio silencio, tranquilidad, si hay muchos libros que si siven ayudar para hacer las tareas y investigar .
30 d. Una vez al año	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	No gusto
31 d. Una vez al año	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Solo me gusta los amigos
32 d. Una vez al año	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Nuncar
33 e. Nunca	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Nunca
34 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Que le gusto biblioteca
35 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Asistir no hay tiempo
36 b. Una vez a la semana	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Nunca
37 c. Una vez al mes	a. Digital (internet, tableta, celular)	b. No	Tintal
38 d. Una vez al año	a. Digital (internet, tableta, celular)	a. Si	Sine aprender
39 c. Una vez al mes	b. Impreso (físico)	a. Si	Luis Angel Arango, porque es todo central

RELACION OFERTA CULTURAL	
24. ¿Cuál es el museo que más le gusta visitar en Bogotá? ¿Por qué?	30. ¿A qué tipo de festival o feria ha asistido en Bogotá? (Puede elegir varias opciones)
1 no se	a. Feria artesanal
2 No conozco	a. Feria artesanal
3 No he Sido a museo	Feria del libro
4 Sii me gusta discapacidad auditiva conozco historia en el museo	b. Festival de teatro
5 Conocer cultura de Museo	c. Festival de música, f. Feria tecnológica
6 Museo del Oro	a. Festival gastronómico, e. Feria del libro, f. Feria tecnológica
7 Museo de oro	d. Feria artesanal
8 Nacional porque tiene piezas de nuestra historia.	d. Feria artesanal, e. Feria del libro
9 Interesa a arte	e. Feria del libro
10 Conocer cultura	a. Festival gastronómico, e. Feria del libro, f. Feria tecnológica
11	a. Festival gastronómico, e. Feria del libro, f. Feria tecnológica
12	c. Festival de música
13 No asistir	f. Ninguno
14 Museo del Oro, Museo 20 de julio	Ninguna
15 Museo Nacional	f. Ninguno
16 vista museo	Ninguno
17 Ninguna	f. Ninguno
18 oro	f. Ninguno
19 Vestidos	f. Ninguno
20 Museo naciona porque alla si habia monitor sordo, asi puedo participa y aprender sobre la historia de artes	a. Festival gastronómico, c. Festival de música, e. Feria del libro
21 Algunos porque otros no tienen información visual	b. Festival de teatro, e. Feria del libro, f. Feria tecnológica
22 Museo 20 Julio, Museo de teatro, no cuenta LCS	Ninguno
23 Me gusta el museo de oro, porque hay la cultura de la historia.	b. Festival de teatro, d. Feria artesanal, f. Feria tecnológica
24 Vistar para gusta museo mucho bontio	b. Festival de teatro, e. Feria del libro
25 si me gusta el Museo Nacional	b. Festival de teatro, c. Festival de música, e. Feria del libro, Feria emprendimiento
26 Nunca	e. Feria del libro
27	e. Feria del libro
28 Nunca	b. Festival de teatro
29 Si, me intereso conocido los diferentes imagenes de artes y historias con los comentarios.	e. Feria del libro
30 No gusto	e. Feria del libro
31 Me gusta LGBTI	e. Feria del libro
32 Nuncar	c. Festival de música, e. Feria del libro, f. Feria tecnológica
33 Nunca	f. Ninguno
34 Nunca	d. Feria artesanal
35 Todos	b. Festival de teatro, e. Feria del libro
36 Museo oro Museo Militar	a. Festival gastronómico, Feria Académica
37 Nacional Policia	b. Festival de teatro
38 No. Porque no hay informacion y tampoco intérprete	e. Feria del libro
39 Museo nacional	a. Festival gastronómico, e. Feria del libro

PRODUCCIÓN CULTURAL DESDE LA COMUNIDAD			
	25. ¿Participa en la construcción de actividades culturales?	26. ¿Ha creado alguna iniciativa o empresa cultural (como festivales, fiestas, concursos, etc.)?	27. ¿Ha realizado alguna creación artística?
1	No	No	No
2	Sí	No	No
3	No	No	No
4	a. Sí	a. Sí	a. Sí
5	a. Sí	b. No	a. Sí
6	b. No	b. No	b. No
7	b. No	a. Sí	a. Sí
8	a. Sí	a. Sí	b. No
9	a. Sí	b. No	a. Sí
10	a. Sí	b. No	b. No
11	b. No	a. Sí	b. No
12	b. No	a. Sí	b. No
13	a. Sí	b. No	a. Sí
14	b. No	b. No	b. No
15	b. No	b. No	a. Sí
16	b. No	b. No	b. No
17	b. No	b. No	b. No
18	b. No	b. No	a. Sí
19	b. No	b. No	a. Sí
20	b. No	b. No	b. No
21	a. Sí	b. No	b. No
22	b. No	b. No	a. Sí
23	a. Sí	b. No	b. No
24	b. No	a. Sí	a. Sí
25	b. No	a. Sí	a. Sí
26	b. No	b. No	a. Sí
27	b. No	b. No	b. No
28	a. Sí	a. Sí	a. Sí
29	a. Sí	b. No	b. No
30	b. No	b. No	b. No
31	b. No	b. No	b. No
32	b. No	b. No	b. No
33	b. No	b. No	a. Sí
34	b. No	a. Sí	a. Sí
35	b. No	b. No	b. No
36	b. No	b. No	b. No
37	b. No	b. No	b. No
38	b. No	b. No	b. No
39	a. Sí	a. Sí	a. Sí

PRODUCCIÓN CULTURAL DESDE LA COMUNIDAD	
28. ¿Ha tomado cursos o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses?	28. 1 Solo si su respuesta anterior es afirmativa, responda la siguiente pregunta: ¿en qué área artística y cultural ha tomado cursos o talleres? (Puede elegir varias opciones):
1	No Cine, televisión, radio, video, Cuentera o iteres, Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas, Literatura (cuento, narrativa, novela, poesía) o prensa (edacción, géneros periodísticos, revistas, periódicos, magazines digitales o impresos), Artesanías, Manualidades
2	No
3	No Cine, televisión, radio, video, Música
4	No d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
5	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, b. Música, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
6	b. No
7	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
8	b. No
9	b. No d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas, e. Literatura o prensa
10	b. No a. Cine, televisión, radio, video
11	b. No
12	b. No
13	a. Si b. Música
14	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, c. Teatro, ópera o danza, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas, f. Artesanías y/o manualidades
15	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, b. Música, c. Teatro, ópera o danza, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
16	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, c. Teatro, ópera o danza
17	b. No
18	a. Si b. Música, c. Teatro, ópera o danza, e. Literatura o prensa
19	a. Si
20	b. No e. Literatura o prensa, f. Artesanías y/o manualidades
21	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
22	b. No
23	b. No a. Cine, televisión, radio, video, c. Teatro, ópera o danza, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas, f. Artesanías y/o manualidades
24	b. No d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
25	b. No a. Cine, televisión, radio, video, c. Teatro, ópera o danza
26	a. Si a. Cine, televisión, radio, video
27	b. No
28	b. No a. Cine, televisión, radio, video
29	b. No d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
30	b. No a. Cine, televisión, radio, video
31	a. Si b. Música
32	a. Si a. Cine, televisión, radio, video, b. Música, d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
33	b. No c. Teatro, ópera o danza, f. Artesanías y/o manualidades
34	a. Si a. Cine, televisión, radio, video
35	b. No
36	b. No
37	b. No
38	b. No d. Fotografía, pintura, grabados, dibujos, escultura o artes gráficas
39	b. No b. Música

PRODUCCIÓN CULTURAL DESDE LA COMUNIDAD	
29. ¿Recibió formación en áreas artísticas y culturales durante el colegio o la universidad?	29. 1 Solo si su respuesta anterior es afirmativa, responda la siguiente pregunta: ¿en qué área artística y cultural ha tomado cursos o talleres? (Puede elegir varias opciones):
1	No
2	No
3	No
4	a. Si
5	a. Si
6	b. No
7	a. Si
8	a. Si
9	a. Si
10	a. Si
11	b. No
12	b. No
13	a. Si
14	a. Si
15	a. Si
16	a. Si
17	b. No
18	a. Si
19	a. Si
20	a. Si
21	b. No
22	a. Si
23	a. Si
24	b. No
25	a. Si
26	b. No
27	b. No
28	b. No
29	a. Si
30	b. No
31	b. No
32	a. Si
33	b. No
34	b. No
35	a. Si
36	a. Si
37	b. No
38	a. Si
39	a. Si

14.4 Encuesta comunidad sorda y personas oyentes

En este instrumento se realizan tres preguntas sobre aspectos demográficos (sexo, edad y estrato. Posteriormente, se realizan siete preguntas sobre la relación entre oyentes y la comunidad sorda: ¿tiene algún familiar sordo?, ¿conoce a alguna persona sorda?, ¿sabe Lengua de Señas Colombiana (LSC)?, ¿cree que las personas sordas pueden leer en español?, ¿conoce algún chiste sordo? (Si la respuesta es afirmativa, en el espacio de otra escriba el chiste que conoce), cuando una persona sorda ve una película, ¿qué es lo que más le interesa ver?, ¿le gustaría saber más de la comunidad sorda?

ASPECTOS DEMOGRÁFICOS			ASPECTOS DEMOGRÁFICOS			ASPECTOS DEMOGRÁFICOS					
1. Sexo	2. ¿Qué edad tiene?	3. ¿Cuál es el estrato del lugar donde vive?	1. Sexo	2. ¿Qué edad tiene?	3. ¿Cuál es el estrato del lugar donde vive?	1. Sexo	2. ¿Qué edad tiene?	3. ¿Cuál es el estrato del lugar donde vive?			
1	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	41	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	81	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 4
2	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 4	42	Masculino	Entre 46 y 55 años	Estrato 4	82	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4
3	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 4	43	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 5	83	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4
4	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	44	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	84	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4
5	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	45	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 6	85	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3
6	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	46	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 2	86	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 3
7	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 3	47	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	87	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 5
8	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	48	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 3	88	Masculino	Entre 46 y 55 años	Estrato 5
9	Masculino	Entre 46 y 55 años	Estrato 4	49	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	89			
10	Masculino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4	50	Masculino	Entre 46 y 55 años	Estrato 3	90	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 5
11	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	51	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 2	91	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 5
12	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	52				92	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4
13	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	53	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	93	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 6
14	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	54	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	94	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 2
15	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	55	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	95	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3
16	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 5	56	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	96	Masculino	Entre 56 y 65 años	Estrato 5
17	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 6	57	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 4	97	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4
18	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	58	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 6	98	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 2
19	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	59	Masculino	Entre 36 y 45 años	Estrato 3	99	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 5
20	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	60	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 5	100	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4
21	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	61	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 4	101	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4
22	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 2	62	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 3	102	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4
23	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 2	63	Masculino	Entre 36 y 45 años	Estrato 3	103	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 5
24	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 2	64	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 3	104	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4
25	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	65	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 2	105	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 4
26	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4	66	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 3	106	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4
27	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 6	67	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	107	Femenino	Más de 66 años	Estrato 4
28	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	68	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 5	108	Masculino	Entre 36 y 45 años	Estrato 4
29	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3	69	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 2	109	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4
30	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 5	70	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3				
31	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3	71	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 5				
32	Masculino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	72	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 5				
33	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	73	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 3				
34	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 3	74	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4				
35	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 4	75	Femenino	Entre 36 y 45 años	Estrato 2				
36	Masculino	Entre 36 y 45 años	Estrato 5	76	Masculino	Entre 17 y 25 años	Estrato 1				
37	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4	77	Femenino	Entre 17 y 25 años	Estrato 3				
38	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 5	78	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 5				
39	Femenino	Más de 66 años	Estrato 3	79	Femenino	Entre 56 y 65 años	Estrato 4				
40	Femenino	Entre 26 y 35 años	Estrato 4	80	Femenino	Entre 46 y 55 años	Estrato 4				

ACERCAMIENTO A LA COMUNIDAD SORDA			ACERCAMIENTO A LA COMUNIDAD SORDA			ACERCAMIENTO A LA COMUNIDAD SORDA		
4. ¿Tiene algún familiar sordo?	5. ¿Conoce a alguna persona sorda?	6. ¿Sabe Lengua de Señas Colombiana (LSC)?	4. ¿Tiene algún familiar sordo?	5. ¿Conoce a alguna persona sorda?	6. ¿Sabe Lengua de Señas Colombiana (LSC)?	4. ¿Tiene algún familiar sordo?	5. ¿Conoce a alguna persona sorda?	6. ¿Sabe Lengua de Señas Colombiana (LSC)?
1	No	No	38	No	No	75	Sí	Sí
2	No	No	39	No	Sí	76	No	No
3	No	Sí	40	No	No	77	No	No
4	No	Sí	41	No	No	78	No	Sí
5	No	No	42	No	No	79	No	No
6	No	No	43	No	No	80	No	Sí
7	No	Sí	44	No	Sí	81	No	Sí
8	No	No	45	No	No	82	No	No
9	Sí	Sí	46	No	Sí	83	No	No
10	No	Sí	47	No	No	84	No	No
11	No	No	48	Sí	Sí	85	No	No
12	No	No	49	No	No	86	No	Sí
13	No	No	50	No	No	87	No	Sí
14	No	No	51	No	Sí	88	No	Sí
15	No	Sí	52	No	No	89	No	No
16	No	No	53	No	No	90	No	No
17	No	No	54	No	Sí	91	No	Sí
18	No	No	55	No	Sí	92	No	Sí
19	No	No	56	No	Sí	93	No	Sí
20	No	No	57	No	No	94	No	No
21	No	No	58	No	No	95	No	No
22	No	No	59	Sí	Sí	96	No	No
23	No	No	60	No	Sí	97	No	Sí
24	No	No	61	No	No	98	No	No
25	No	Sí	62	No	No	99	No	Sí
26	No	No	63	No	No	100	No	Sí
27	No	Sí	64	No	Sí	101	No	Sí
28	No	Sí	65	No	Sí	102	No	No
29	No	No	66	Sí	Sí	103	No	Sí
30	No	No	67	No	No	104	No	No
31	No	No	68	No	No	105	No	No
32	No	No	69	No	Sí	106	No	No
33	No	No	70	No	No	107	No	No
34	No	Sí	71	No	Sí	108	No	Sí
35	No	No	72	No	Sí	109	No	No
36	No	Sí	73	No	No			
37	No	Sí	74	No	No			

ACERCAMIENTO A LA COMUNIDAD SORDA				ACERCAMIENTO A LA COMUNIDAD SORDA			
7. ¿Cree que las personas sordas pueden leer en español?	8. ¿Conoce algún chiste sordo? (Si la respuesta es afirmativa, en el espacio de otra escriba el chiste que conoce)	9. Cuando una persona sorda ve una película, ¿qué es lo que más le interesa ver?	10. ¿Le gustaría saber más de la comunidad sorda?	7. ¿Cree que las personas sordas pueden leer en español?	8. ¿Conoce algún chiste sordo? (Si la respuesta es afirmativa, en el espacio de otra escriba el chiste que conoce)	9. Cuando una persona sorda ve una película, ¿qué es lo que más le interesa ver?	10. ¿Le gustaría saber más de la comunidad sorda?
1	Sí	No	Los subtítulos	38	Sí	No	Las imágenes
2	No	No	Las imágenes	39	Sí	No	Los subtítulos
3	Sí	No		40	Sí	No	Me imagino que ambos.
4	Sí	No	Las imágenes	41	Sí	No	Las imágenes
5	Sí	No	Las imágenes	42	Sí	No	Las imágenes
6	Sí	No	Los subtítulos	43	Sí	No	Los subtítulos
7	Sí	No	Las imágenes	44	Sí	No	Los subtítulos
8	Sí	No	Los subtítulos	45	Sí	No	Las imágenes
9	Sí	No	Las imágenes	46	Sí	No	Los subtítulos
10	Sí	No	Los subtítulos	47	Sí	No	Las imágenes
11	Sí	No	Las imágenes	48	Sí	No	Las imágenes
12	Sí	No	Las imágenes	49	Sí	No	Los subtítulos
13	Sí	No	Ambos	50	Sí	No	Las imágenes
14	Sí	No	Los subtítulos	51	Sí	No	Ellos saben bastantes gr
15	Sí	No	Las imágenes	52	Sí	No	Las imágenes
16	Sí	No	No lo sé - -	53	Sí	No	Los subtítulos
17	Sí	No	Las imágenes	54	Sí	No	No sé
18	Sí	No	Las imágenes	55	Sí	No	Las imágenes
19	No	No	Las imágenes	56	Sí	No	Las imágenes
20	Sí	No	Los subtítulos	57	Sí	No	Los subtítulos
21	Sí	No	Los subtítulos	58	Sí	No	Las imágenes
22	Sí	Sí	Los subtítulos	59	Sí	No	Las imágenes
23	Sí		Los subtítulos	60	Sí	No	Los subtítulos
24	No	No	Las imágenes	61	Sí	No	Las imágenes
25	Sí	No	Las imágenes	62	Sí	No	Lenguaje de señas
26	Sí	No	Las imágenes	63	Sí	No	Los subtítulos
27	Sí	No	Las imágenes	64	Sí	No	Los subtítulos
28	Sí	No	Las imágenes	65	Sí	No	Los subtítulos
29	Sí	No	Las imágenes	66	Sí	No	Las imágenes
30	Sí	No	Las imágenes	67	Sí	No	Los subtítulos
31	No	No	Las imágenes	68	Sí	No	Las imágenes
32	No	No	Las imágenes	69	Sí	No	Las imágenes
33	Sí	No	Lo mas interesante debe	70	Sí	No	La película en conjunto. p
34	Sí	No	Los subtítulos	71	Sí	No	Las imágenes
35	Sí	No	Las imágenes	72	Sí	No	Las imágenes
36	Sí	No	Las imágenes	73	Sí	No	Los subtítulos
37	Sí	No	Las imágenes	74	Sí	No	Los subtítulos

ACERCAMIENTO A LA COMUNIDAD SORDA				
	7. ¿Cree que las personas sordas pueden leer en español?	8. ¿Conoce algún chiste sordo? (Si la respuesta es afirmativa, en el espacio de otra escriba el chiste que conoce)	9. Cuando una persona sorda ve una película, ¿qué es lo que más le interesa ver?	10. ¿Le gustaría saber más de la comunidad sorda?
75	Sí	No	Las imágenes	Sí
76	No	No	Los subtítulos	Sí
77	Sí	No	Los subtítulos	Sí
78	Sí	No	Los gestos	Sí
79	Sí	No	Los subtítulos	Sí
80	Sí	No	Las imágenes	Sí
81	Sí	No	Las imágenes	Sí
82	Sí	No	Las imágenes	Sí
83	Sí	No	Los subtítulos	Sí
84	Sí	No	Los subtítulos	No
85	Sí	No	Las imágenes	Sí
86	Sí	No	Las imágenes	Sí
87	Sí	No	Las imágenes	Sí
88	Sí	No	Los subtítulos	Sí
89				
90	Sí	No	Los subtítulos	Sí
91	Sí	No	Los subtítulos	Sí
92	Sí	No	Los subtítulos	Sí
93	Sí	No	Los subtítulos	Sí
94	Sí	No	Las imágenes	Sí
95	Sí	No	Los subtítulos	Sí
96	Sí	Sí	Las imágenes	No
97	Sí	No	Las imágenes	Sí
98	Sí	No	Las imágenes	Sí
99	Sí	No	Las imágenes	Sí
100	Sí	No	Los subtítulos	Sí
101	No	No	Las imágenes	Sí
102	Sí	No	Las imágenes	No
103	Sí	No	Las imágenes	Sí
104	Sí	No	Los subtítulos	Sí
105	No	No	Las imágenes	Sí
106	Sí	No	Las imágenes	Sí
107	Sí	No	Las imágenes	Sí
108	Sí	No	No sé	No
109	Sí	No	Las imágenes	Sí

14.5 Encuesta inclusión en organizaciones culturales

En este último instrumento se indaga sobre los dispositivos y herramientas que tienen las organizaciones culturales para facilitar el acceso de las personas sordas a su contenido cultural y a la infraestructura; se preguntó si la organización considera que la comunidad sorda es público objetivo de su contenido; si diseña productos inspirados en la cultura sorda; si tiene en cuenta las particularidades de las personas sordas para difundir sus productos y servicios, y, finalmente, si estarían dispuestos a invertir en un proyecto como D6S.

DATOS INICIALES				
Nombre	Cargo	¿A qué organización pertenece?	1. ¿Tienen infraestructura física?	
1	Raúl Niño Bernal	Profesor Investigador	Pontificia Universidad Javeriana	Sí
2	Carlos Sosa Ardila	Librero	Siglo del hombre	Sí
3	Martha villabona	Profesional SST	Aguas de Bogotá	Sí
4	Rajdel	Coordinador	Fundación Xixa	No
5	Janina Cutiva Horta	Representante Legal	Corporación Folclórica y Cultural Polifahuma	Sí
6	Carlos Duarte	Librero	TORNAMESA	Sí
7	Natalia	Asistente editorial	Editorial	Sí
8	Erika Cutiva	Corporación Folclórica y Cultural Polifahuma	Docente	Sí
9	Heidy Briceño	Contratista	Media Torta	No
10	Israel Hernández Fandiño	Docente	Colectivo Blanco	No
11	Daniella Cataño	Administradora	Librería Santo & Seña	Sí
12	Maria Claudia Crispín	Especialista en Programación	Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo	Sí
13	Paola A. Mayorga	Docente	Alcaldía municipal de Sopó	Sí
14	Natalia Pérez	Consultora empresarial	Cámara de Comercio de Bogotá	Sí
15	Katherine Escobar Guarnizo	Asesora en prevención	Axa Colpatría	Sí
16	Maria Alexandra Gutiérrez	Profesional Especializado	IDRD	Sí
17	Ismael Ortiz Medina	Profesional Especializado	Secretaría de Cultura	Sí
18	Lucía	Mediadora cultural	Banco de La República	Sí
19	isaac certain palma	profesional especializado	IDRD	Sí
20	ALEJANDRO FLÓREZ AGUIRRE	GERENCIA DE LITERATURA	INSTITUTO DISTRITAL DE LAS ARTES	Sí
21	Marcela Jaimes	Asesora comercial	Rey Naranja Editores	Sí
22	Marcela Inés Jaramillo Velásquez	Librera	Librería Casa Tomada	Sí
23	Rodrigo Puerto	Librero	Santo & Seña	Sí
24	María Camila Cabezas	Mediadora	Museos del Banco de la República	Sí
25	David Camilo Castiblanco	Contratista profesional área poblaciones	IDARTES	Sí
26	Camilo Gonzalez	Docente	Docente	No
27	María José Rodríguez	Bailarina danza inclusiva	ConCuerpos	No
28	Danilo ochoa	Director galería art	Galería art	Sí
29	MARIO BURBANO	CONTADOR INDEPENDIENTE	CONTADOR INDEPENDIENTE	Sí
30	Magaly Elizabeth Ardila Reyes	Coordinadora de biblioteca	BibloRed	No

DATOS INICIALES				
Nombre	Cargo	¿A qué organización pertenece?	1. ¿Tienen infraestructura física?	
31	Maria Margarita León	Programa de accesibilidad	Museo Nacional de Colombia	Sí
32	Angela Maria Gómez	Representante legal	ARI COLOMBIA TEATRO	No
33	John Alonso Gil Alvarado	Coordinador de biblioteca	BibloRed	Sí
34	Olga Rocio Zambrano Cal	Coordinadora	BibloRed (La Giralda)	Sí
35	Edwin Danian Uribe Mora	Bibliotecario	Biblored	Sí
36	VIELSA MILENA MARRQ	COORDINADORA BPE PASQUILLA	BIBLIOTECA PUBLICO ESCOLAR PASQUILLA	Sí
37	Catalina García Ante	Coordinadora Biblioteca Pública El Parque	BibloRed	Sí
38	Gabriela Díaz Velasco	Profesional de proyectos	Fundación Arteria	Sí
39	Nancy Sofia Sarmiento B	Coordinadora Biblioteca del Deporte	Red Distrital de Bibliotecas Públicas-Biblored / Fundalectura	No
40	Camilo Rojas	Técnico de servicios de información	Biblored	Sí
41	Tatiana Bonilla	Asesora poblacional	Idartes	Sí
42	Lina Alonso	Asistente editorial	El Malpensante	Sí
43	Tania Trespalacios	Coordinadora Biblioteca Tunal - GGM	BibloRed	Sí
44	Ana María Mosquera	Librera	Libros Mr. Fox	Sí
45	Karen Mayorga	Música	Independiente	No
46	Kayoko	Coordinadora	En la universidad de los andes	Sí
47	César Eduardo Bejarano	Coordinador	Biblored	Sí
48	Mabel Torres	Investigadora	Universidad del Chocó	Sí
49	María Sung	Profesora	Universidad del Rosario	Sí
50	Eder Leandro González	Coordinador Equipo Rrom	Ministerio del Interior / Dirección de Asuntos Indígenas, Rrom y Minorías	Sí

SOBRE INCLUSIÓN				
2. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de la infraestructura física cuenta su organización?				
	[Pantallas interactivas con lengua de señas]	[Centro de audición asistida]	[Corredores y espacios para sillas de ruedas]	[Acceso a perros guía]
1	No	No	Si	No
2	No	No	No	No
3	No	No	No	No
4	No	No	No	No
5	No	No	No	No
6	No	No	No	No
7	No	No	No	No
8	No	No	No	No
9	No	No	Si	Si
10	No	No	No	No
11	No	No	No	Si
12	No	No	Si	Si
13	No	No	Si	Si
14	No	No	Si	Si
15	No	No	Si	No
16	No	Si	Si	No
17	Si	Si	Si	No
18	No	No	Si	Si
19	No	No	Si	Si
20	No	No	No	No
21	No	No	No	Si
22	No	No	No	No
23	No	No	Si	Si
24	No	No	Si	Si
25	No	No	No	No
26	No	No	No	No
27	No	No	No	No
28	No	No	Si	Si
29	No	No	No	No
30	No	No	No	No

SOBRE INCLUSIÓN				
2. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de la infraestructura física cuenta su organización?				
	[Pantallas interactivas con lengua de señas]	[Centro de audición asistida]	[Corredores y espacios para sillas de ruedas]	[Acceso a perros guía]
31	Si	No	Si	Si
32	No	No	No	No
33	No	No	Si	Si
34	No	No	No	No
35	No	Si	No	Si
36	No	Si	Si	Si
37	No	No	No	No
38	No	No	No	No
39	No	No	No	Si
40	No	No	Si	Si
41	Si	No	No	No
42	No	No	No	Si
43	No	Si	Si	Si
44	No	No	No	Si
45	No	No	No	No
46	No	No	Si	No
47	No	No	No	No
48	No	No	Si	No
49	No	No	No	No
50	No	No	Si	Si

SOBRE INCLUSIÓN				
	3. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de contenido cuenta su organización? [Contenido con temáticas sobre discapacidad]	3. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de contenido cuenta su organización? [Contenido creado por una persona con alguna discapacidad]	4. ¿Considera usted a las personas sordas como un público objetivo de su contenido?	5. ¿Considera usted que las personas sordas pueden acceder a su contenido con las herramientas y dispositivos actuales con las que cuenta su organización?
1	Si	Si	No	Si
2	Si	No	Si	Si
3	No	No	No	No
4	No	No	No	No
5	No	No	No	No
6	No	No	No	No
7	No	No	No	No
8	No	No	No	No
9	No	No	No	No
10	No	No	No	No
11	No	Si	No	No
12	Si	Si	Si	Si
13	No	No	No	No
14	No	No	No	No
15	No	No	No	No
16	Si	Si	Si	Si
17	Si	No	Si	Si
18	No	No	Si	No
19	Si	No	Si	Si
20	No	No	Si	Si
21	No	No	Si	No
22	Si	No	Si	No
23	Si	No	No	No
24	No	No	No	No
25	Si	Si	Si	No
26	No	No	Si	Si
27	Si	Si	Si	No
28	Si	No	Si	No
29	No	No	Si	Si
30	Si	No	No	No

SOBRE INCLUSIÓN				
	3. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de contenido cuenta su organización? [Contenido con temáticas sobre discapacidad]	3. ¿Con cuáles de los siguientes elementos de contenido cuenta su organización? [Contenido creado por una persona con alguna discapacidad]	4. ¿Considera usted a las personas sordas como un público objetivo de su contenido?	5. ¿Considera usted que las personas sordas pueden acceder a su contenido con las herramientas y dispositivos actuales con las que cuenta su organización?
31	Si	Si	Si	Si
32	No	No	Si	No
33	Si	Si	Si	Si
34	No	No	Si	Si
35	Si	Si	Si	Si
36	Si	No	Si	No
37	Si	No	Si	No
38	No	No	No	No
39	Si	No	No	No
40	Si	Si	No	No
41	Si	Si	Si	No
42	Si	No	No	Si
43	Si	No	Si	Si
44	Si	Si	Si	Si
45	No	No	Si	No
46	No	No	Si	No
47	Si	No	Si	No
48	No	No	Si	No
49	Si	No	No	No
50	Si	Si	No	No

SOBRE INCLUSIÓN				
6. ¿Cuenta su organización con las siguientes herramientas que les permiten a las personas sordas acceder a contenido?				
	[Señalética]	[Piezas impresas]	[Videos explicativos en lengua de señas]	[Servicio de interpretación en lengua de señas]
1	Sí	Sí	No	No
2	No	No	No	No
3	No	No	No	No
4	No	No	No	No
5	No	No	No	No
6	No	No	No	No
7	No	Sí	No	No
8	No	No	No	No
9	No	No	No	No
10	No	No	No	No
11	No	Sí	No	No
12	No	No	No	No
13	No	No	No	No
14	No	Sí	No	No
15	No	No	No	No
16	Sí	Sí	No	No
17	Sí	Sí	Sí	Sí
18	No	No	No	No
19	Sí	Sí	Sí	Sí
20	Sí	Sí	No	Sí
21	No	No	No	No
22	No	No	No	No
23	No	No	No	No
24	Sí	Sí	No	No
25	No	No	Sí	Sí
26	No	No	No	No
27	Sí	Sí	Sí	Sí
28	No	No	No	No
29	No	No	No	No
30	Sí	Sí	No	No

SOBRE INCLUSIÓN				
6. ¿Cuenta su organización con las siguientes herramientas que les permiten a las personas sordas acceder a contenido?				
	[Señalética]	[Piezas impresas]	[Videos explicativos en lengua de señas]	[Servicio de interpretación en lengua de señas]
31	Sí	Sí	Sí	No
32	No	No	No	No
33	Sí	No	No	No
34	No	No	No	No
35	No	Sí	Sí	Sí
36	No	No	No	No
37	No	No	No	No
38	No	No	No	No
39	No	Sí	No	No
40	Sí	Sí	No	No
41	Sí	Sí	Sí	Sí
42	No	Sí	No	No
43	No	Sí	No	Sí
44	No	No	No	No
45	No	No	No	No
46	No	Sí	No	No
47	No	No	No	No
48	No	No	No	No
49	No	Sí	No	No
50	Sí	No	No	No

SOBRE INCLUSIÓN		SOBRE INCLUSIÓN	
7. ¿Diseña usted productos o servicios inspirados en la cultura sorda?	8. ¿Tiene usted en cuenta a la población sorda en el momento de realizar la promoción y difusión de un producto o servicio?	9. ¿Estaría usted dispuesto a invertir en un proyecto de formación sobre la cultura sorda y creación de contenidos incluyentes?	
1	No	Sí	Sí
2	No	Sí	Sí
3	No	Sí	Sí
4	No	Sí	Sí
5	No	Sí	Sí
6	No	Sí	Sí
7	No	Sí	Sí
8	No	No	Sí
9	No	Sí	Sí
10	No	Sí	Sí
11	No	Sí	Sí
12	Se está trabajando en ello.	Sí	Sí
13	No	Sí	Sí
14	No	Sí	Sí
15	No	Sí	Sí
16	No	Sí	Sí
17	Sí	Sí	Sí
18	Recorridos guiados para personas con discapacidad	Es difícil tenerlas en cuenta cuando el museo hasta ahora está creando las dinámicas y los acercamientos	Sí
19	No	No	Sí
20	No	Parcialmente	Sí
21	No	No	Sí
22	No	No	No
23	No	No	Sí
24	Se crearon algunas visitas a inicio	No	Sí
25	Sí	Sí	Sí
26	No	No	No
27	Sí	Sí	Sí
28	No	No	Sí
29	No	No	Sí
30	No	No	Sí
31	Sí	Sí	Sí
32	No	Algunas veces por encargo.	Sí
33	Sí	Sí	Sí
34	No	No	Sí
35	No	Sí	Sí
36	Sí	Sí	Sí
37	No	No	Sí
38	No	No	Sí
39	No	Sí	Sí
40	No	No	Sí
41	Sí	Sí	Sí
42	No	No	Sí
43	Sí	Algunas veces	Sí
44	No	No	Sí
45	No	No	Sí
46	Me encantaría!	No	Sí
47	No	Sí	Sí
48	No	No	Sí
49	No	No	Sí
50	No	No	No

