De lo
Narco
al Diseño
PABLO
ESCOBAR
CARCEL OTTO JUDICIAL
MEDELLIN
128482

Página legal

Editorial
Lina Gallego

Diseño y Diagramación
Santiago Bohórquez

Ilustraciones
Gabriela Martínez
Mateo Parada

Fotografía
Alejandra Villarreal

Corrector de estilo
Natalia Corredor
Valentina Naranjo

Arte finalizador
Juan Sebastian González

Agradecimientos
Johanna Zárate Hernández

Universidad Jorge Tadeo Lozano
Bogotá D.C
Noviembre - 2020

CONTENIDO

1 **Perfiles**

Se expone una muestra concreta del perfil de cada autor partícipe de esta editorial. 1

2 **Editorial**

Introducción al desarrollo del contenido de la revista con enfoque de diseño. 3

3 **Artículos**

Desarrollo de textos alrededor del narcotráfico en Colombia y Latinoamérica junto con el diseño. 4

4 **Referencias**

Referencias de cada uno de los artículos expuestos. 24

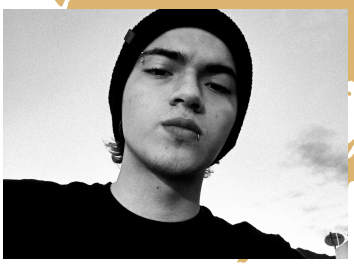
5 **Redes Neuronales**

Conexión de conceptos estudiados apartir de la historia del diseño. 26

Perfiles

Santiago Bohórquez

Actualmente Diseñador Industrial en formación en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, el diseño me ha brindado a lo largo de mi vida herramientas y procesos los cuales han sido fundamentales en el desarrollo de mi vida, los cuales he logrado potenciar junto con la pasión por la ilustración digital y análoga. Soy apasionado por conocer las diferentes culturas y la manera en que cada una diseña para generar las herramientas y satisfacer las necesidades que cada una de ellas requiere.



Mateo Parada

A lo largo de mis 8 semestres de diseño industrial he desarrollado un gusto muy grande por la capacidad de afectar al ser humano, a su tranquilidad y seguridad a través del mismo. Con esto me refiero a la parte cognitiva ya que, gracias a ella, somos quienes y como somos. Siento que por medio de experiencias, productos y servicios podemos plantear cuestiones en la gente que cambien la perspectiva de las personas y así encaminarnos a algo (que podría ser) mejor.

Natalia Correder

Soy estudiante de Diseño Industrial, de octavo semestre, próxima a salir, pero siempre abierta a aprender más. Considero que el diseño representa una herramienta fundamental para las formas de comprender y relacionarnos con otros y con el entorno, yendo más allá de la facilitación de algo particular, a permitir cuestionar, aprender y construir entre todos nuevas y mejores formas de ser y hacer las cosas.

Valentina Naranjo

Soy estudiante de Octavo semestre de Diseño Industrial, con cualidades como la adaptabilidad en diferentes proyectos, la comunicación y el trabajo en equipo. Desde mi punto de vista, el diseño es imprescindible en la vida del ser humano ya que lo encontramos en todo, por esto creo que el diseño es el verdadero camino para una transformación social que invite al individuo a consumir de manera más consciente teniendo en cuenta a todos los actores implícitos dentro del proceso de diseño y producción.

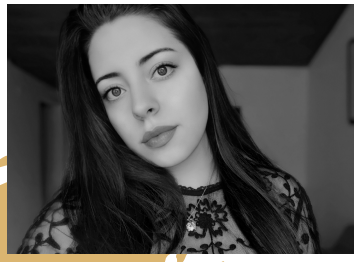
Perfiles

Lina Gallego

Soy estudiante de Diseño Industrial, curso octavo semestre, tengo amplio interés en los empaque y el campo del factor humano. La disciplina me ha permitido adquirir habilidades y destrezas para el desarrollo de proyectos de diferentes índoles, con una visión diferente de comprender el mundo material, de las formas, colores, posiciones e incluso de la naturaleza del cual existe todo un universo perfecto que disfruto en gran medida analizar y admirar.

Alejandra Villarreal

En mis 8 semestres de formación como diseñadora Industrial, puedo definir el diseño en cuanto a su carácter proyectual, su enorme capacidad de crear tangibles e intangibles mediante un proceso creativo y estratégico, para entender determinado problema u oportunidad en la cual el Diseño puede intervenir explorando posibles soluciones. Sin embargo, toda esta comprensión intelectual que he adquirido, me ha ido encaminado al Diseño que me apasiona, el Diseño Automotriz.



Gabriela Martínez

Durante los Ocho semestres que llevo estudiando Diseño Industrial, he aprendido a encontrar la forma más práctica e inteligente de resolver un problema, a través del análisis y la planeación. El cual permite desarrollar un pensamiento sistémico y prospectivo, que usa la creatividad como herramienta para relacionar de la manera más adecuada e inusual a las personas con los productos, sistemas y/o experiencias. Por tal motivo, para mí, podemos encontrar el Diseño en todo lo que nos rodea, desde lo estético, funcional o simbólico.

Juan Sebastian González

Estudiante de diseño industrial en séptimo semestre, mis intereses son el diseño de producto y los oficios. El diseño me ha aportado diferentes modos de resolver problemas y tener diferentes formas de vista, así como el diseño social el cual me interesa relacionarlo con los oficios y tener diferentes soluciones a las problemáticas y dar a conocer todo lo que conlleva ese proceso.

EDITORIAL

Latinoamérica, como lugar en el que los territorios comparten características culturales y sociales entre sí, influenciados por la naciones europeas, se hacen presentes mediante diferentes particularidades que, si bien, nos hacen cercanos, es complejo llegar a pensar que somos todos iguales, dado que hemos construido una identidad autentica y particular, con una cultura estética popular y de gustos ricos y variados.

Con el paso del siglo XX, se ha insertado un tipo de estética variada (popular), de acuerdo con la idea cultural e identidad de cada país, presentándose con determinadas características, no muy diferentes por las cuales se ha distinguido esta parte del mundo. Entre las características mencionadas, se habla sobre el tema de la estética narco, que tiene diferente variantes como lo son la narcoestética, la narcoarquitectura, las transformaciones del cuerpo femenino, los elementos u objetos presentes en esta cultura como lo es la indumentaria, casas, automóviles, decoraciones entre otras más.

Se ha establecido entonces, de manera orgánica, una identidad Narco Latinoamericana, a partir de diversos sucesos y personajes que han contribuido a rear esta visión de mundo, tales como: El Chapo, Pablo Escobar, Clan Cifuentes Villa, Griselda Blanco, entre otros ,que han sido tomados como símbolo de esta cultura popular por sus costumbres, acciones y posesiones.

El análisis de esta construcción de identidad y cultura de lo narco, se ha concretado en las investigaciones, análisis y presentaciones de Omar Rincón, Xavier Andrade y Lucas Ospina, docentes de la Universidad de los Andes. Omar trabaja como ensayista y periodista de las relaciones entre medios, cultura, política, tecnología y estéticas del entretenimiento y ha sido una de las grandes fuentes conceptuales para la realización de esta publicación.

Narcoestética un estereotipo Colombiano

Por: Gabriela Martínez
Alejandra Villarreal

En las últimas tres décadas, en Colombia, se han generado formas culturales y representaciones sociales, relacionadas e influenciadas con la violencia y el narcotráfico en el país. Por ende, el siguiente artículo tiene como objetivo realizar una interpretación de la influencia de la narco estética en el diseño colombiano, pero, no como un mal nacional, sino como un gusto existente, basado en el comportamiento estético y ético de la sociedad colombiana.

La Narcoestética se convierte en un fenómeno en el que prevalece la exuberancia, el capitalismo, la cosificación de la mujer y su sexualización, y se superpone con la cultura y la historia del país, manifestándose en diferentes aspectos. Como lo son, el estilo de vida, la música, el lenguaje y la arquitectura en Colombia. En otras palabras, da lugar a la Narcocultura.

De acuerdo con lo anterior, la Narcoestética se considera como un estilo, algo desagradable y extravagante, sino como un tipo de estética entre la comunidades que se acercan a la modernidad y encuentran en el dinero la forma de existir en el mundo, dado que, expresan el capital como un criterio de éxito, promoviendo el consumo como una definición de su estilo

de vida, el poder económico y las clases sociales que poseen, la convierten en una marca propia del capitalismo colombiano, pero irónicamente, los colombianos no perciben este estereotipo, porque están acostumbrados de una manera u otra, ya es algo normal. Una sociedad obsesionada con el canon "Narco" que adhiere una mentalidad conformista y facilista, obsesionada con la belleza femenina que premia el dinero y la apariencia física por encima de todo.

En primer lugar, cabe hacer énfasis que Colombia ha sido un país marcado por el conflicto armado, la violencia se ha concebido como algo rutinario, por ende, hemos aprendido a convivir y normalizar las masacres, el machismo, y la injusticia, tanto social como política, porque se nos ha enseñado e inculcado una mentalidad de seres individualistas y conformistas, en donde no importa qué suceda con los demás, con tal que no afecte mi entorno, todo está bien. Como se menciona en esta columna del periódico el Tiempo, "Colombia ha adquirido pura mentalidad de pobre, la verdad. Una de las condiciones para ser pobre, además de falta de educación, iniciativa y oportunidades, es pensar como pobre; la pobreza es una condición social, pero también un estado mental (Durán, 2014).

Sin embargo, desafortunadamente Colombia no es reconocida mundialmente, por su biodiversidad, su diversa cultura étnica, en donde se hablan alrededor de 80 idiomas indígenas, su gastronomía, arquitectura y turismo que se ven reflejados en el arte, la música, la literatura y su fuerte relación con la naturaleza. Pero, la imagen global que tenemos los colombianos es pertenecer al país del mayor narcotraficante Pablo Escobar, productor y exportador de grandes cargamentos de coca y amapola y la alta producción en drogas ilícitas. Que le otorgó seudónimos como Cocalombia, Narcolombia, entre otros.

Entre los conceptos, mencionados al inicio, uno fue la Narcoestética, un concepto que se ha popularizado en las publicaciones del ensayista, periodista y profesor asociado de la Universidad de los Andes Omar Rincón, él menciona que

"Lo narco no es solo un tráfico o un negocio; es también una estética, que cruza y se imbrica con la cultura y la historia de Colombia y que hoy se manifiesta en la música, en la televisión, en el lenguaje y en la arquitectura. Hay una Narcoestética ostentosa, exagerada, grandilocuente, de autos caros, siliconas y fincas, en la que las mujeres hermosas se mezclan con la virgen y con la madre. A lo mejor, argumenta el artículo, la Narcoestética es el gusto colombiano y también el de las culturas populares del mundo. No es mal gusto, es otra estética, común entre las comunidades desposeídas que se asoman a la modernidad y solo han encontrado en el dinero la posibilidad de existir en el mundo (Rincón, 2009).

En contraste, en la primera etapa de la Modernidad, el capital no significaba la adquisición del éxito o de poder de manera tan drástica, la meta, era la cultura, el arte y la literatura, el conocimiento permitía el ascenso del hombre hacia la iluminación. Pero en Colombia, el proceso acelerado de pasar de ser colonia, a ser un estado moderno, convirtieron el capitalismo y la narco estética, en un estilo de vida soñado, convirtiéndolo en un fenómeno social. Dado que, la mayoría de las personas en el país, sin ser conscientes, ven la vida de un "Narco", como una realización de un deseo personal, como se menciona en este enunciado "Mientras los burgueses quieren ser poderosos haciéndose ricos, nosotros queremos ser poderosos dando órdenes«, escribe Mauricio García, profesor de la Universidad Nacional y columnista de El Espectador.

Por tal razón, la gran problemática de la narcoestética, es la predominancia de un gusto ostentoso, exagerado y desproporcionado, originado del narcotráfico. El cual se ha ido relacionando con la participación sexual activa de mujeres. Básicamente menores de edad atractivas, de bajos recursos económicos y que buscan una solución rápida para superar la pobreza. Generando mayores ingresos y así suplir sus necesidades, tanto para ellas como para sus familias. Haciendo ver el cuerpo de la mujer sexualizado, objetivado y promovido sin ningún pudor. Además, fue influenciándolas al punto de convertirse también en cabecillas de organizaciones en el narcotráfico.

Por este estereotipo de belleza estandarizado por el narcotráfico, se ha vendido al mundo la idea de las mujeres de Colombia como las más "bellas".

“En la estructura psíquica de las mujeres con múltiples cirugías plásticas o estéticas, pueden existir pautas culturales asociadas a una expresión distorsionada de los conflictos inconscientes, que probablemente tuvieron su origen en la infancia; de igual manera, se debe tener en cuenta la dinámica familiar de las mujeres, dado que la disfuncionalidad familiar se presenta como un factor de peso al momento de comprender la elevada necesidad de transformación (Acuña, 2010).

Cabe destacar que muchas de las jóvenes que se hacen este tipo de transformaciones se sienten inconformes con su cuerpo, por lo tanto, la manera en que pueden hacer algo con ello, son las cirugías estéticas que se convierten en un medio para compensar, ya sean problemas psicológicos, baja autoestima o que se manifiestan en determinado momento de su vida, así la cirugía estética se ha convertido en el principal medio, de transformación del cuerpo, aspecto que modificó la representación natural de la belleza (espiritualidad, aceptación de la corporalidad, habilidad, tacto y tino social) de tal forma, la belleza se ha convertido en algo netamente físico.

Entonces, podemos afirmar que, uno de los grandes cambios que trajo el Narcotráfico a Colombia fue la cosificación de la mujer, ya que el machismo en Colombia predomina desde siempre y se subestiman las mujeres, por eso solo se les ve como un objeto en donde el Narco construía a su antojo a su mujer soñada sin importar lo que ella quisiera o pensara sobre su cuerpo, les importaba mostrar a la mujer como una adquisición más de su éxito y poder, de ahí los estándares de belleza en los innumerables concursos nacionales de belleza, que han ido cambiando y perdiendo su fama regularmente con el paso del tiempo.

"Yo creo que Virginia Vallejo fue la transición entre una belleza y otra, de un gusto a otro. Le damos tanto valor a Pablo Escobar que hasta en eso tuvo poder. Virginia Vallejo era el ícono de la belleza clásica colombiana, típica, recatada, bonita. No era flaca sino redonda. Una chica bella pero que no se veía como una 'mujersota'. Una chica a la que le iba muy bien en la farándula, a quien todo el mundo admiraba y que Pablo Escobar quería conquistar. El narco de hoy, si Pablo Escobar estuviera vivo, no la escogería a ella sino a Sofía Vergara. Virginia Vallejo fue la última diva y después de ella entramos en el concepto de la diva producida", comenta el crítico de cine y televisión, Omar Rincón. (RINCÓN, n.d.)

Una de las últimas divas exponentes de la belleza clásica colombiana fue Virgina Vallejo, que cambió rotundamente su cuerpo físicamente con cirugías pagadas por Pablo Escobar (uno de los Narcotraficantes más poderosos del máximo cartel de Medellín) volviéndose reconocida por ser la Diva Producida por la Estética Narco.

Del mismo modo, en la Narcoestética, el cuerpo femenino ha estado sujeto a procedimientos quirúrgicos o llamados "decorativos ornamentales "que cambian la imagen o la representación de un esquema de belleza, basados en estándares y modelos de personalidad basados en el desarrollo individual de una baja autoestima.

Para concluir este artículo, nos dimos cuenta de la amplitud que tiene el concepto de la Narcoestética, ya que al interpretar la influencia que posee en Colombia, podemos entender este tipo de estética, no como un mal nacional, sino como un gusto que ha prevalecido en el país por muchísimo tiempo.

Asumiendo, que la narcoestética nació como un comportamiento estético y ético, a partir del narcotraficante Pablo Escobar, que interpuso y normalizó la belleza exuberante, en donde lo ostentoso, era sinónimo de éxito y de poseer dinero. Por esta razón, este tipo de estética en Colombia, tomó fuerza y se fue implementando en el diseño, la arquitectura, la música y literatura colombiana.

Además, no solo tuvo influencia en estas áreas mencionadas, también se puede ver en la sexualizacion y modificacion del cuerpo de la mujer, haciéndola cumplir cánones de belleza estandarizados del país, en donde el cuerpo "perfecto" de la mujer, tiene medidas especificas, que muchas veces son exageradas. Un ejemplo de ello fue el caso de Virginia Vallejo, como se menciona en el artículo, ella cuenta cómo Pablo Escobar reconstruyó totalmente su cuerpo a su antojo como si fuera un objeto del cual enorgullecerse, dado que, fue su pareja sentimental y se sentía con ese poder sobre ella.

En definitiva, podemos asegurar que la narcoestética está ligada con la cultura colombiana, la cual es muy difícil de distinguir, porque esta estética se ha convertido en un fenómeno que modificó completamente el desarrollo social y estético de Colombia, del cual será muy difícil desprenderse.

NARCOCULTURA E INDUMENTARIA

Por: Lina Gallego
Juan Sebastian González

El narcotráfico en general ha sido uno de los pilares más influyentes en la cultura de Latinoamérica, participando en gran medida en la historia, estética, arquitectura y diseño, produciendo el desarrollo de diferentes productos de consumo como lo son el cine, telenovelas, música, arquitectura, moda, fiestas, entre otros. En el presente artículo se pretende mostrar lo que ha sido y sigue siendo la narco estética en el desarrollo del diseño, el contexto y cómo se genera la idea del mal gusto y el nuevo rico, que ha marcado diferentes países y las clases sociales de estos. Llevando la cultura a un nuevo estilo de vestimenta ante el mundo, creando líneas de moda e influenciando a muchas otras, representando una industria completa en el diseño, siendo consecuencia de la connotación de esta cultura estética.

Esta tendencia, ha sido etiquetada como una marca del gusto estético y ético, impuesta gracias al capitalismo, promoviendo todo tipo de consumo exuberante y exagerado de este estilo de vida, este es un canon basado en el uso de marcas, dinero, exhibición. Tenemos comportamientos como narcos tratando de exhibir un capital que probablemente no tenemos comúnmente, pasando por encima de las leyes y pisoteando al otro.

Revisando la historia y memoria de Colombia, se habla de esto como “un instrumento válido y efectivo para concebir el pensamiento prospectivo del diseño en el país” (López, Franky y Buitrago, 2015, p.16) esto infiere en que, el reconocimiento de nuestra historia hace que tengamos un futuro, nos concibamos en diferentes escenarios, debido a que nos permite usar componentes de proyección establecidos en el conocimiento de lo que realmente somos. Por medio de la historia es que construimos una identidad, los sucesos y pensamientos formados a través de los años han venido tejiendo lo que ahora se conoce como “Lo narco”, la narco estética, todos los términos que giran alrededor de esto, que ha estado presente en diferentes países del mundo, especialmente en la cultura de Latinoamérica. Una identidad formada en torno a la idea de la belleza de las mujeres, una obsesión por la belleza en todos los ámbitos, que, relaciona el poder, el dinero, la exhibición y la riqueza generando todo círculo completo de una verdad.

Existen representantes de gran influencia que han aportado a esta cultura en diferentes partes como Griselda Blanco, más conocida como la reina de la cocaína, El Chapo (Joaquín Guzma Loera, así mismo como personajes políticos relevantes como Álvaro Uribe Vélez símbolo del relato de la narcolombia, relacionado con la violencia en este país, así como vínculos con Pablo Escobar y Clan Cifuentes Villa. Estas figuras, entre algunas otras, abarcan lo narco estético a todo dar de la palabra con decenas de escoltas, fincas extravagantes, carros blindados y vestimentas lujosas creando sus propias líneas de moda, influenciando a muchas otras, creando identidad y dando nacimiento a nuevas marcas que han sido influenciadas por la narco estética, proyectando un estilo de vida, experiencia y su simbología. Estos representantes tenían cierta influencia poniendo de moda ciertas marcas, por ejemplo, el Chapo puso de moda la camisa que usó para su entrevista con Sean Penn.

La globalización ha sido una de las influencias en el desarrollo de la cultura Latinoamericana en vista de que permite una hibridación cultural, dado que ha sido lo que ha permitido el crecimiento de la narco estética, tomando características que ha generado gusto para esta y

así, “encontrar en ellas nuevas posibilidades, para lo cual conocer y explicar nuestra realidad y nuestra identidad o lo que nos diferencia de otros” (López, Franky y Buitrago, 2015, p.16). La narco estética tiene como características la modificaciones del cuerpo principalmente femenino, haciendo uso de la silicona y tecnologías que permiten dichas modificaciones, creando estereotipos que han sido aceptados en nuestro contexto cultural, identificando el cuerpo como un medio de comunicación, sexualizado, con normas de lo voluptuoso y la exuberancia total. La narco estética demarcada por lo ostentoso, exagerado, ruidoso, estridente, la narco Toyota plateada, exhibición del dinero, grande, porcelanas chinas, estatuas de mármol, pinturas, autos caros, fincas todo esto mezclado con la creencia de la virgen y con la adoración a la mamá. Se genera una cultura estética popular caracterizada por la pasión por los excesos. Es una estética cargada de símbolos que buscan dar estatus.

Podemos ver que los lujos y lo ostentoso caracteriza la narco estética, ornamentando y agregando oro y joyas a diferentes cosas que tenían una utilidad, transformándose en objetos de contemplación, “La producción, ciertamente, permite que la jarra entre en lo suyo propio; no obstante, esto que es lo propio de la esencia de la jarra no se fabrica nunca mediante la producción.”(Heidegger, 1954,p. 3) con esto, vemos el cambio de propósito, por ejemplo un collar es para ponerlo en el cuello, al cambiarlo y quitarle el uso cambia de esencia pero sigue siendo un collar. En el museo de la policía se puede encontrar una Harley Davison de 1990 la cual Pablo Escobar tenía, fue retirada de una discoteca de Medellín para estar en una vitrina, no son solamente los narcos los cuales cambian una cosa con uso a un objeto de decoración, así es como culturalmente muestran la historia del narcotráfico en los museos, por otra parte están los carros de colección de Pablo Escobar, los cuales siguen expuestos en su finca. Estos objetos nos llevan a las épocas más pesadas del narcotráfico dándoles un valor histórico sin importar, para qué fueron creadas y para qué fueron usadas, todo esto cambió para que en esta época no le presten atención al uso, solo comprar por extravagancia y guardarlo sin un propósito que no sea tener algo más o algo que no tenga la otra persona.

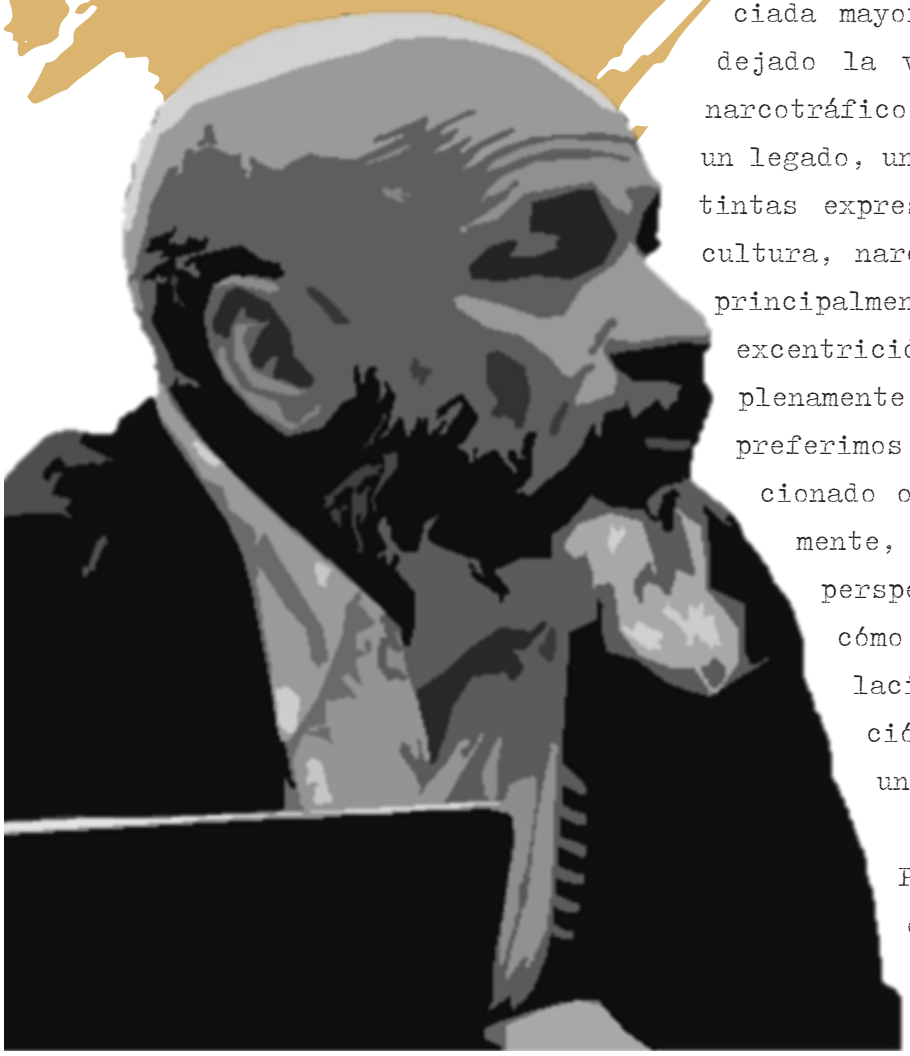
Traemos como primer ejemplo de lo que ha sido y es la indumentaria relacionada con lo narco, la acción del hijo de Griselda Blanco que creó una línea urbana llamada “Pure Blanco” donde se ven los jumpers con la cara de su famosa madre, así como las famosas camisetas, que se encuentran por todo el mundo, de la cara de Pablo Escobar las cuales están ornamentadas con diferentes elementos de lujo que él tenía. El siguiente ejemplo se da en artistas, en su ropa y estilo como

Nicki Minaj en sus diferentes videos donde trata de imitar la vestimenta y lujos de los diferentes narcos de Latinoamérica, “un relato icónico del nosotros mismos, una búsqueda de la aceptación pública a través de la copia y el exceso” (Rincón, 2009).

En conclusión, se puede analizar que la narcocultura se ha convertido un estilo completo, con diferentes variantes que la constituye entre las que se encuentra la moda, formando un estilo reconocible en todo el mundo, ayudado y difundido por los medios de comunicación de manera legítima o muchas veces exagerando este proceder, creando una imágen de lo que es Latinoamérica, apoyada también por la globalización y capitalismo. Son diferentes las maneras por las que se ve y conocen la narco estética en todo el mundo, según sus parámetros desarrollados en la moda, y la influencia del diseño, que han ido construyendo una identidad innegable.

Diseño con identidad Narco

por: Natalia Corredor
Santiago Bohórquez



En Colombia, la identidad con la que se nos percibe y entiende, tanto interna como externamente, está ligada con nuestra historia, diferenciada mayormente por los hechos que ha dejado la violencia y, en especial, el narcotráfico. Este último, nos ha dejado un legado, un gusto por lo narco y sus distintas expresiones (narcoestética, narcocultura, narcoética, etc.), que se basan, principalmente, en la ostentosidad y la excentricidad, y del cual aún no somos plenamente conscientes o, en realidad, preferimos no reconocer. Viéndose relacionado o reflejado también, aparentemente, con el diseño. Es, desde esta perspectiva que se busca entender cómo ha influenciado y cómo se relaciona el diseño con esta concepción de lo narco, en búsqueda de una identidad propia.

Para esto, es necesario revisar el panorama histórico del país con respecto al narcotráfico, comprendiendo su origen, de-

sarrollo y afectación en la sociedad, y cómo ha continuado desarrollándose hasta hoy en día, permeando y propagándose por otros medios no convencionales, como la construcción de cultura, estilo de vida, ética, moral y estética, que modifican el pensamiento y comportamiento de los colombianos.

El narcotráfico en Colombia inicia en los años 60, con la producción de marihuana, paralelo al surgimiento de las guerrillas. En los 80, Estados Unidos incrementa la demanda del consumo de cocaína, llevando a la implementación de dichos cultivos en Colombia. Más tarde, en los años 90, el país se convierte en el primer productor de hoja de coca del mundo, de la mano de Pablo Escobar (Parrmur, 2017).

A inicios de los años 80, Pablo Escobar comienza sus grandes producciones de cocaína entre las montañas antioqueñas, en un terreno llamado Tranquilandia, gracias al cual, con los millonarios ingresos, le permiten empezar a comprar productos y objetos de otros países, los cuales trae a Colombia para instalarlos en sus mansiones y hacer de estos lugares verdaderos altares de la narco estética, rodeada de lujo, de lo estridente, del exhibicionismo de capital.

Es así que, empieza a generarse ese gusto por lo importado, valorando más lo que viene de afuera, relacionándolo con el prestigio y la exclusividad, y creando un estilo de vida en torno a ello. Esta idea es llevada al diseño, dónde lo generado en los países "desarrollados" es mejor o de "buen diseño", deslegitimando todo diseño latinoamericano, llevando al consumo y a la credibilidad de los primeros en los países latinos y, con mayor fuerza, en Colombia.

El periodista Omar Rincón, es uno de los que más ha estudiado y desarrollado esta idea de lo narco en la cultura colombiana. Junto con Lucas Ospina, artista, y Javier Andrade, antropólogo, han venido desarrollando el proyecto multimedial llamado Narcolombia, que explora y reflexiona sobre "lo narco como producción cultural", encontrando diversidad de productos realizados, como artículos académicos, columnas de opinión, videos, un libro tipo fanzine y una exposición que se iba a inaugurar en mayo de 2020 (Universidad de los Andes Colombia, 2020).

Parafraseando a Omar Rincón, en la entrevista realizada por el Observatorio de Diseño y Producto de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, el fenómeno narco colombiano no se restringe únicamente a la idea relacionada con el tráfico ilegal de drogas, sino que, si bien pudo ser potenciado por este, se refiere a la existencia de un gusto, una estética, una ética, una cultura por el demostrar, el dominar, el posicionarse por encima de los demás (Omar Rincón, en entrevista para el Observatorio de Diseño y Producto, 2020).

Según esto, todo lo que no encaje con los cánones establecidos, con la idea de arribismo socialmente aceptado, es denominado NARCO en Colombia. Pero, esta etiqueta no es exclusiva del país, está relacionada de forma directa con el CAPITALISMO. Esta idea del éxito y el prestigio expresado en el dinero, las mujeres

y en todo lo que consumimos que define nuestro estilo de vida, ha sido traído por el capitalismo, adoptado o entendido acá con lo narco, y en Estados Unidos, por ejemplo, con la figura del nuevo empresario rico y poderoso (Omar Rincón, en entrevista para el Observatorio de Diseño y Producto, 2020).

Omar desarrolla el artículo Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia, que describe lo narco entre lo común, que perdura, una estética que

> "[...] está hecha de la exageración, formada por lo grande, lo ruidoso, lo estridente; una estética de objetos y arquitectura; escapulario y virgen; música a toda hora y a todo volumen, narco.toyota plateada, exhibicionismo del dinero", en otras palabras se podría definir como "obstinación de la abundancia, el gran volumen, la ostentación de los objetos [...] El poder de ostentar" (Rincón, 2009).

Igualmente, critica la producción cultural que se genera en torno a esta narco estética, como las narco novelas, que muestran la imagen de un hombre que posee el dinero y las propiedades más ostentosas y los carros más lujosos, es el mismo que tiene a la mujer voluptuosa y bella a su lado y que dispone de todo el poder, respeto y admiración.

Esta idea de lo narco se puede considerar como la nueva burguesía de nuestros días, asemejándose a la figura del burgués que describe Marshall Berman en su libro Todo lo sólido se desvanece en el aire (1988). Lo narco representa el ascenso de una clase media-baja a una clase superior, gracias al aumento de su capital traído de los negocios ilícitos, así como los burgueses, quienes "se han erigido en la primera clase dominante cuya autoridad no se basa sólamente en quiénes eran sus antepasados, sino en qué hacen ellos realmente." (Berman, 1988).

Para la burguesía moderna, lo único realmente importante era "[...] hacer dinero, acumular capital, amontonar plusvalor,

todas sus empresas son meramente medios para alcanzar este fin" (Berman, 1988), así como la obtención del placer personal a costa de la explotación de los demás, tal como se evidencia en la vida narco, con su objetivo de ostentar y exhibir para elevarse por encima del otro.

Esto, gracias a que la burguesía, recordando a Marx, "ha creado fuerzas productivas más abundantes y más grandiosas que todas las generaciones pasadas juntas." (Berman, 1988), siendo los dueños de los medios de producción, así como el empresario, para el caso del capitalismo, quien es el dueño del negocio, exitoso y con poder, al que se anhela llegar en esta forma de pensamiento narco capitalista.

La noción del nuevo burgués, se ve influenciada también por el espíritu de la modernidad líquida, en la que se puede decir que nos encontramos actualmente, descrita por Zygmunt Bauman en su libro Modernidad Líquida (2000). En esta, " la idea de progreso [...] ha sido volcado sobre la autoafirmación del individuo" llevando a que este pueda "elegir y tomar a voluntad sus propios modelos de felicidad y de estilo de vida más conveniente." (Bauman, 2000), siendo en la narcocultura una manera de alcanzar dicha idea de progreso, ya no mediante el conocimiento y el estudio, o el trabajo duro, sino por otros medios, más fáciles y efectivos, que le generan inmensas ganancias y aportan a su estilo de vida escogido.

El nuevo orden impuesto por la modernidad líquida, el económico, se liberó de las tradicionales ataduras políticas, éticas y culturales, llegando a "[...] dominar la totalidad de la vida humana, volviendo irrelevante e inefectivo todo aspecto de la vida que no contribuyera a su incesante y continua reproducción." (Bauman, 2000), característica esencial en la cultura narco, en la cual el dinero eclipsa el propósito de vida y se sobrepone por encima de cualquier cosa, "dinero mata cabeza", como diría Omar.

Esto se alimenta, a su vez, del consumismo desmedido por cualquier cantidad de lujos y extravagancias que refuercen la idea de poder y que responde a la constante insatisfacción de los logros y deseos "[...] porque no existe posibilidad alguna de encontrar gratificación [...] La completud siempre es futura, y los logros pierden su atractivo y su poder gratificador en el mismo instante de su obtención, si no antes." (Bauman, 2000) volviéndolos efímeros y cambiantes todo el tiempo.

Todo este concepto de la narcoestética también ha permeado diferentes formas de creación y pensamiento, como es en el caso del diseño. Un ejemplo, desde el diseño crítico, es el realizado por la artista Sara DeColores, denominado "Dinero Sucio", que consiste en las ilustraciones de los billetes colombianos, resignificándolos al modificar las personas que salen allí por personajes de la política, como Álvaro Uribe Vélez o Maria Fernanda Cabal, con el que quiere simbolizar la corrupción tan "típica" y, extrañamente, tan normalizada en la sociedad actual (Yumbila, 2020).

A través de estos billetes, se genera una crítica directa hacia el poder y la política que hay en Colombia, de una manera clara al utilizar un objeto de uso común, y al relacionar el valor o el símbolo que tiene el dinero con estos personajes y sus actos delictivos que, sin embargo, no han sido reconocidos como tales precisamente por lo que representan: el status, prestigio, "mejor clase", lo acaudalado. De esta manera, permite, y también busca, que la sociedad se cuestione sobre estas figuras públicas y el imaginario tan "elevado" que tienen algunos hacia estas, poniendo en duda esos valores y la importancia que le otorgamos al dinero por encima de cualquier cosa y a esa noción de lo que es ser respetado, exitoso, "superior" y valorado, que, entre otras cosas, corresponde al pensamiento y lo que representa lo narco.

Otro ejemplo, es el narco-clothing, que se ha convertido en uno de los negocios más rentables para la industria, con la creación de diferentes marcas, como "Escobar Henao" la línea creada por el hijo de Pablo Escobar o "Pure Blanco" creado por Michael Corleone Blanco hijo de la "Reina de la Coca", que reúnen en sus prendas este estilo asociado con lo narco, o simplemente hacen uso de las imágenes de los capos más reconocidos (Lancheros, 2016).

En Medellín nació una de las prendas más representativas de esta tendencia: el jean levantacola, que sexualiza y objetiviza el cuerpo de la mujer, tal como lo hace lo narco. Esta prenda se volvió mundialmente famosa, reuniendo 10,9 millones de dólares con sus exportaciones en 2012, llegando incluso a Europa (Lancheros, 2016).

Con la producción de estos artículos u obras, y de muchos otros como los souvenirs, camisetas, tazas, etc. con la imagen de Escobar en las tiendas de los narcotures, se forma un tipo de identidad propia del país, que empieza a ser reconocida, sobre todo, externamente, limitando y excluyendo las demás variadas y más valiosas facetas que conforman nuestra identidad. Afectando, así mismo, la forma como nos auto reconocemos, aceptando y validando muchas veces este lado "oscuro", impidiendo definir quiénes somos realmente.

Es por esto que tenemos que aceptar, así no nos guste, que, aunque sea un pedazo de nuestra identidad, está vinculada con la narcocultura. Sin embargo, es igualmente importante reconocer que no es lo único que nos define, existen diversas variables que nos identifican, y más fielmente, pero que siguen en construcción porque no hemos logrado una verdadera unión entre nosotros.

El diseño, entonces, sirve aquí como una herramienta que nos permite formar o guiar la búsqueda de esa identidad, con la construcción de las realidades que habitamos, ya sea reafirmando los ideales y comportamientos de lo narco, como con la producción de la narcocultura, o generando un cambio de estos y resaltando aquellos valores y características que nos hacen verdaderamente colombianos.

CRÍTICA A LA ESTETICA EN UNIVERSAL

por: Mateo Parada
Valentina Naranjo

En el mundo contemporáneo, específicamente en el mundo del diseño, desde hace muchos años se evidencia una importante atención a la estética tanto de los productos como a su publicidad y a la forma en la que esta llega a sus usuarios. Es importante mencionar que en el diseño, desde nuestro punto de vista, existe cierto dilema respecto a qué es sobre lo que debe prestar más atención un diseñador, ¿La estética? ¿La función? ¿La forma? Si bien, todos son importantes y en conjunto generan una armonía visual satisfactoria, es preciso pensar ¿El diseño del mundo contemporáneo se rige por una estética especifica? En nuestra opinión, no, no existe una única estética, pero en este artículo si buscamos criticar una de ellas, y para ello, traemos a colación la famosa premisa de diseño “Menos es más”, estéticamente hablando, minimalismo.

Para poner en contexto nuestra crítica, debemos hablar en primer lugar, sobre la colonialidad, empezando por el hecho de que no se debe confundir con el colonialismo. El segundo es aquel sistema político que impone su economía, creencias y demás, por otro lado la colonialidad es una consecuencia de este. Los aspectos

psicológicos son los que se pueden llegar a ver alterados por estos síntomas, generalmente las personas que nacen y viven en países o territorios que fueron colonizados tienden a verse a sí mismos como algo menor, que no vale lo mismo.

Según la teoría formulada por Aníbal Quijano (y el grupo modernidad colonialidad), esta colonialidad fue un proceso largo y organizado en el que los ideales se incrustaron en la forma de pensar de los colonizados. Este proceso empezó dividiendo a las personas por raza, convirtiendo al hombre blanco europeo en "un ser superior", el siguiente paso fue no pensar en el color de piel únicamente, sino en las costumbres. Leer, estudiar, asistir a ciertos lugares, tener ciertos objetos y demás acciones y actividades podían ser algo que determinara la "raza" , de esta forma, convirtieron eso en un sueño para más y más personas, dejando de lado las costumbres que se tenían antes. En conclusión, el ideal era cambiar para pertenecer a la clase alta.

Por otro lado, está el concepto de eurocentrismo, el cual explica que cada historia, desarrollo tecnológico, teoría filosófica y demás no tenía valor si no venía del hombre blanco europeo. Esta es la razón por la que no vemos filósofos latinos clásicos, teorías de hombres latinos, descubrimientos, en fin, cualquier tema proveniente de la colonia. Toda la evolución del hombre, desarrollos y descubrimientos están contados desde un punto de vista que ignora la posibilidad de otras formas de pensamiento.

¿Cuándo acaba este periodo de la colonialidad? No ha acabado, la herida colonial sigue abierta y podemos verlo en el día a día, en la conversación con familiares y amigos aun se puede ver en muchas ideas, pensamientos y comentarios donde nosotros mismos, intencionalmente o no, nos ponemos por debajo de una cultura externa. Esto también se aplica a productos por ejemplo ¿preferirías vestir un gorro cosido a mano por un integrante de una comunidad indigena o una pulsera Gucci (por ejemplo)? Puede que, en tu mente, pase el comentario de que el valor es muchísimo más alto en la pulsera por su marca y demás ¿El valor de lo que compramos está en el producto o en el nombre? Deberíamos ver sus procesos de producción, materiales y demás. La idea de "Esto es mejor porque es europeo, estadounidense o extrangero" es uno de los puntos principales que queremos eliminar.

Ahora bien, después de todo el contexto mencionado, es preciso abordar la pregunta ¿Qué es el minimalismo entonces?, el diseño minimalista hace referencia al diseño en su forma más básica, se habla de la eliminación de elementos pesados para la vista con el objetivo de que sobresalga su contenido, es así como, en la actualidad cada vez más, se busca generar una estética mucho más amable visualmente. Un ejemplo muy conocido es el Jucy Salif, del diseñador Francés Philli-

ppe Stark, el cual fue diseñado pensando nada más en su estética (minimalista) y dejando de lado su función. Además, en las 10 reglas del diseño de Dieter Rams, encontramos la famosa frase de Mies Van der Rohe “Less is more” (mencionado al inicio del texto, proponiendo esta regla de diseño como algo universal.

Teniendo en cuenta lo anterior, situándonos por ejemplo, en un contexto (entendiendo contexto como lugar) colonial como lo es Latinoamérica, ¿Qué pasa entonces con el diseño autóctono? Y cuando hablamos de autóctono nos referimos no solo al diseño indigena por ejemplo, si no, también, todo el diseño hecho, y producido localmente, este diseño que se ha hecho a un lado, por no considerarse perteneciente al diseño primermundista, por no regirse por la estética del minimalismo. Hay muchos diseños que utilizan diferentes materiales como guadua, fique y otros que no se consideran de alta gama pero que tratados de forma correcta pueden funcionar con el mismo nivel de calidad, sumándole el estilo regional que caracteriza a estas localidades. Olga Fisfh, por ejemplo, es una diseñadora y coleccionista húngara-judía, enamorada de las artesanías ecuatorianas quien creó una tienda (ahora marca) que es reconocida a nivel internacional, donde combina el diseño y el arte ecuatoriano con la exigencia del público moderno, tratando los materiales de forma diferente teniendo en cuenta sus raíces. A pesar de ser un estilo “tercermundista” ha logrado darse a conocer y le ha mostrado a muchas per-

sonas que lo que viene de Latinoamérica también es de calidad.

De esta manera, nos gustaría hablar ahora acerca de la riqueza no solo en diseño que existe en Latinoamérica sino también, los diferentes materiales, texturas, estilos, técnicas y colores presentes en todos estos diseños apartados o discriminados, Ejemplificamos entonces a la cultura Wayúu, en La Guajira, Colombia, uno de sus diseños más representativos es la mochila Wayúu, estas son elaboradas en crochet, la cual es una técnica introducida por los misioneros católicos a principios del siglo XX o también suele usarse la técnica con ganchillo, y la elaboración de cada pieza puede tardar entre 15 y 20 días aproximadamente, es importante mencionar que el diseño indigena es un reflejo de las costumbres, tradiciones y creencias de la cultura a la que pertenece el mismo, el material usado es el algodón silvestre, el magüey en mecha, el aipis y otras fibras naturales propias de la región.

Como el ejemplo anterior existen muchos otros en toda Latinoamérica, India, África y demás. Este diseño local no es minimalista, ni sigue necesariamente las reglas del menos es más, es muy poco el estilo minimalista que se busca, (por no decir que es nulo) este diseño cuenta una historia de su contexto. Ahora, más que nunca, podemos notar que todos tenemos algo para contar, con las redes sociales es muy sencillo enterarse de lo que está pasando en cualquier parte del mundo, como lo hacen, la forma en la que cambian ciertos pensamientos y costumbres dependiendo del espacio en el que nos encontremos.

> "La gente viene a Latinoamérica por las historias, las sensaciones, los colores,los sabores, por eso vienen los extranjeros. Lo mismo sucede con el diseño." -David Del Valle

¿El diseño no tendría que acomodarse a la forma del contexto donde se desarrolla? Cada cultura tiene algo que contar, materiales que explorar, técnicas que aplicar, es pertinente entonces pensar, ¿Hasta dónde podría llegar el diseño si cada contexto pudiese trabajar con su capacidad al máximo? Con este artículo no buscamos imponer un estilo sobre otro, ni tampoco buscamos convencer sobre la invalidez total de algunos estilos estéticos (en este caso el minimalismo) queremos más bien, lograr que el lector reflexione sobre lo interesante y además enriquecedor que sería explotar nuevos saberes, ideas y sentimientos, no solo en el ámbito de la estética, si no en el diseño en general, la pregunta con la que queremos concluir teniendo en cuenta lo ya expuesto a lo largo del texto y además queremos que se cuestionen ahora es: ¿Cambiaría la ya existente perspectiva en diseño si abrimos paso a estas culturas y sus formas de expresión?

Referencias

Narcoestética un estereotipo Colombiano

- Heidegger, Martin (2006). La Cosa. Página 1 de 11.

- Zygmunt, Bauman (2000). Modernidad Liquida. Argentina. Fondo de Cultura Económica.

- Limón, Eduardo (2017). Belleza Femenina en el Narco de Colombia https://culturacolectiva.com/fotografia/narcoestetica-de-la-mujer-colombiana

- Restrepo, Camilo (2020). La Lucha en contra de la Utopía de la Perfección https://www.revistaarcadia.com/arte/articulo/camilo-restrepo-la-lucha-contra-la-utopia-de-la-perfeccion/80259/

- Navarro, Itzelín R (2013) El cuerpo de la mujer vinculada al narcotráfico como narración de sus relaciones sociales. Tlaquepaque, Jalisco.

- Laboratorio Etnográfico (2014) El Cuerpo de la Mujer y el Narcotráfico https://labetnograficoicesi.wixsite.com/icesi/post/las-damas-para-los-caballeros-daniela-saavedra-y-manuela-torres

- Rincón, O. (2009, mayo). Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia. NUEVA SOCIEDAD https://nuso.org/articulo/narcoestetica-y-narcocultura-en-narcolombia/

- Acuña, E. A. (2010). Estructuración psíquica en mujeres con múltiples cirugías estéticas. Revista de Psicoanálisis, Psicoterapia y Salud Mental, 3(7), 2-35. Recuperado de http://psi.usal.es/rppsm/n72010/acunabermudez.pdf

- Córdoba, M. (2010). La cirugía estética como práctica sociocultural distintiva: un lacerante encuentro entre corporeidad e imaginario social. Revista latinoamericana de estudios sobre cuerpos, emociones y sociedad, 2(2), 37-48. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273220628004

- Durán, A. Z. (2014, septiembre 26). Mentalidad de pobre. EL TIEMPO. Recuperado de https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14599795

Narcocultura e Indumentaria

- Esferapublica, 2008, La estética del narcotráfico, Recuperado de https://esferapublica.org/nfblog/la-estetica-del-narcotrafico/

- Heidegger, M. (1954) La cosa, PSIKEBA Revista de Psicoanálisis y Estudios Culturales

- Lopez, M., Franky, J. y Buitrago, J.(2015). Diseño e Historia. Programa editorial universidad del Valle.

- Observatorio diseño y producto. (Octubre, 2020). Modificaciones del Cuerpo en la Narcocultura: Entrevista Omar Rincón. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=tjhqj2lqKBI&feature=youtu.be

- Omar Rincon, Agosto 2009, Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia, Recuperado de https://nuso.org/articulo/narcoestetica-y-narcocultura-en-narcolombia/

Diseño con identidad Narco

- Bauman, Z. (2000). Modernidad Líquida. El Salvador: Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A. Recuperado de https://aulasvirtuales.utadeo.edu.co/pluginfile.php/1846410/mod_resource/content/1/MODERNIDAD%20LIQUIDA.pdf

- Berman, M. (1988). TODO LO SÓLIDO SE DESVANECE EN EL AIRE: La experiencia de la modernidad. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A. Recuperado de https://monoskop.org/images/6/60/Berman_Marshall_Todo_lo_solido_se_desvanece_en_el_aire_La_experiencia_de_la_modernidad_3a_ed.pdf

- Lancheros, L. (21 enero 2016). Narco-Clothing: el éxito de los grandes capos en la moda mundial. Publimetro. Recuperado de https://www.publimetro.cl/cl/ciencia/2016/01/21/narco-clothing-exito-grandes-capos-moda-mundial.html

- Observatorio Diseño y Producto. (2020). Modificaciones del Cuerpo en la Narcocultura: Entrevista Omar Rincón [Video]. Observatorio Diseño y Producto. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=tjhqj2lqKBI&feature=youtu.be

- Parrmur, J. (2017). Historia del narcotráfico en Colombia [Video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=LkTM8adH2NU&t=876s

- Rincón, O. (2009). Narco.estética y narco.cultura en Narco.lombia. Nueva Sociedad, 222. Recuperado de https://nuso.org/articulo/narcoestetica-y-narcocultura-en-narcolombia/

- Universidad de los Andes. Facultad de Artes y Humanidades. (2020). NarColombia. Recuperado de https://facartes.uniandes.edu.co/arte/narcolombia-el-libro-andrea-infante-y-paula-r-leuro-curaron-el-libro-catalogo-ensayo-visual-del-proyecto/

- Yumbila, S. (14 mayo 2020). "A Uribe lo aman y lo odian, pero investigar sobre este señor es escalofriante". Las 2 Orillas. Recuperado de https://www.las2orillas.co/a-uribe-lo-aman-y-lo-odian-pero-investigar-sobre-este-senor-es-escalofriante/

Crítica a la Estética Universal

- Quijano, A. (2002). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. Taller de Gráficas y Servicios.

- Mignolo, W. D. (2017). La idea de América Latina (1.a ed.). Gedisa Mexicana.

- Mignolo, W. D. (2003). Historias locales / Diseños globales (1st ed.). Ediciones Akal.

- Jong, C. D. W., Klemp, K., Maan, J., & Mattie, E. (2017). Dieter Rams: Ten Principles for Good Design. Prestel Publishing.

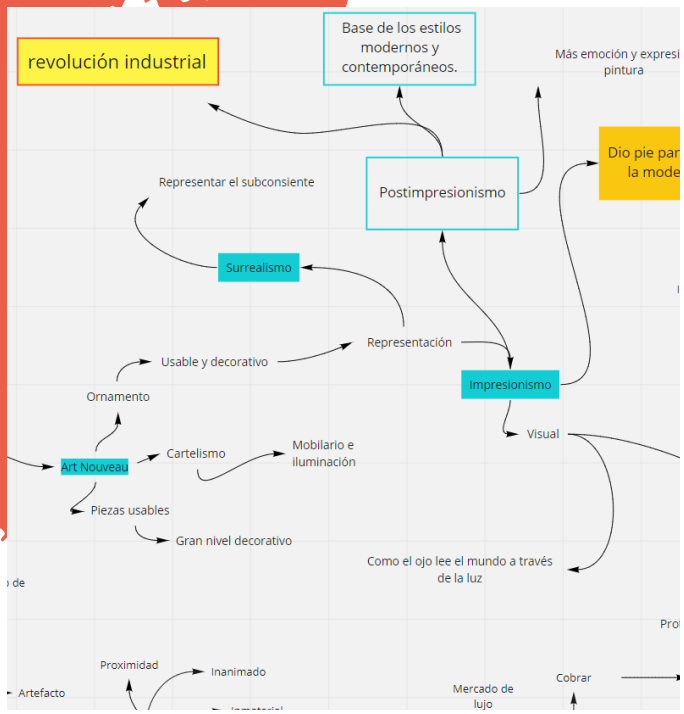
- Álvarez, P. (2011). Diseño latinoamericano presente y pasado. Breve panorámica. Universidad Católica de Chile. https://diseno.uc.cl/wp/wp-content/uploads/2015/05/2011_Alvarez_RD3_Diseño-lat.pdf

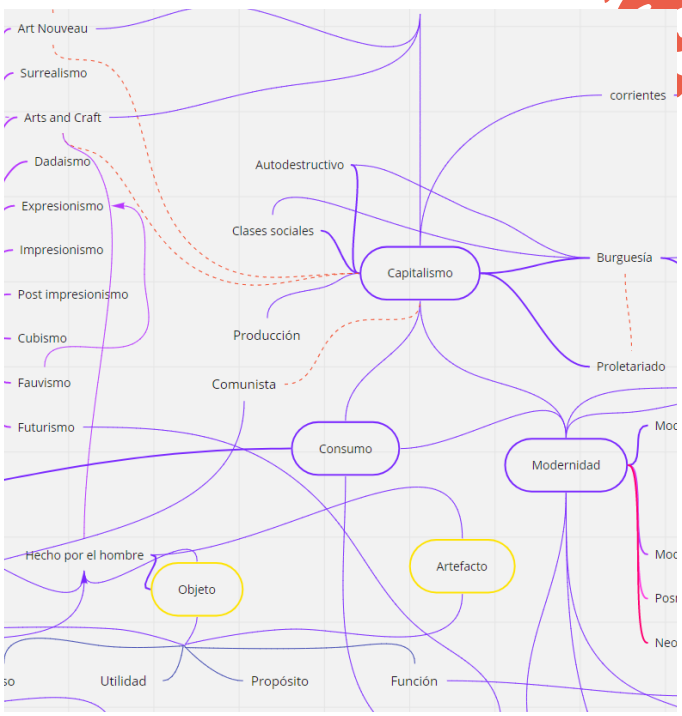
- Hilario - Autor/a;, C. (2016). Asombros del pueblo Wayuu. (Fondo Editorial UNERMB ed.). Fondo Editorial UNERMB.

Redes Neuronales

Aquí encontrará los links para ver de manera más extensa y detallada las redes neuronales desarrolladas a partir de los contenidos vistos en la asignatura Teorías del Diseño Industrial II, que amplia el recorrido en la historia del diseño y se relaciona con el tema aquí expuesto. Anímese a echarle un ojo.

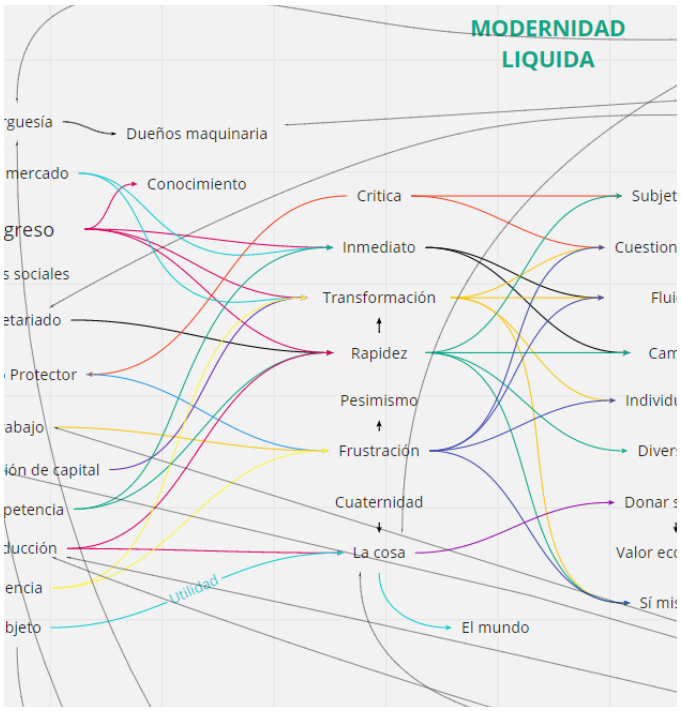
https://miro.com/app/board/o9J_kiFaHeQ=/





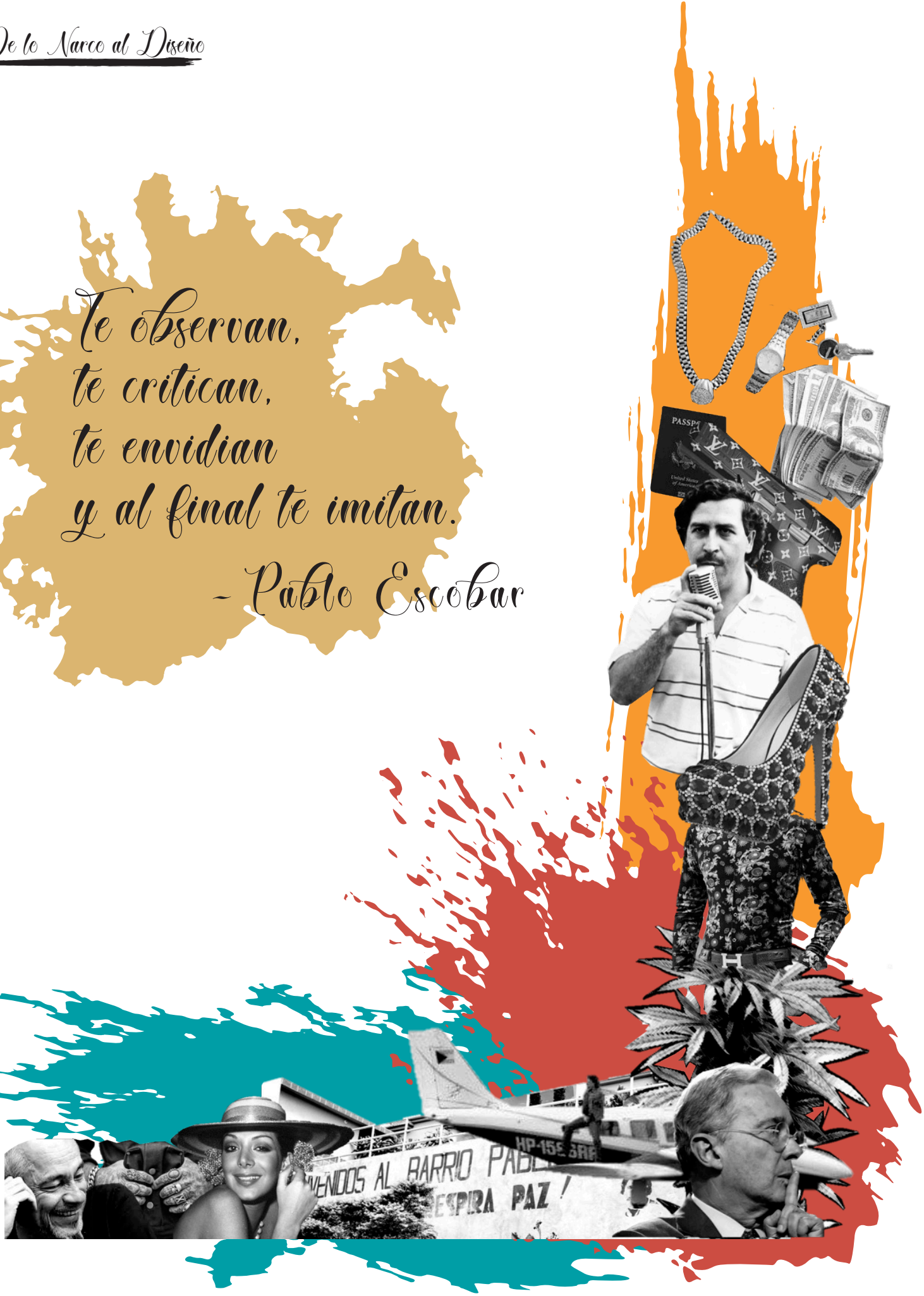
https://miro.com/app/board/o9J_kiFdjNo=/

https://miro.com/app/board/o9J_kiEy1JQ=/



Te observan,
te critican,
te envidian
y al final te imitan.

- Pablo Escobar



UTADEO
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO