

Estudios de la cultura material

3071958

Los estudios sobre la cultura material se han restringido, por lo general, a entender cómo los objetos son "concebidos" por sus productores: cómo son diseñados, fabricados y vendidos, centrando su interés en la manera que "los objetos son prefabricados". A partir de la posibilidad de estudiar la cultura material en un sentido expandido, preocupándose por la manera en que es "puesta en práctica" por los consumidores, este artículo plantea dos técnicas e instrumentos etnográficos basados en la observación y las entrevistas en profundidad, desarrollados para estudiar la cultura material desde su morfología y su biografía, aspectos que reflejan el modo en que "los objetos son consumidos".



Introducción

El retorno a la cultura material... en esta era post-estructural y post-procesual corresponde, en mi parecer, a un movimiento de lo distante a lo inmediato, de lo abstracto a lo concreto, y más que cualquier cosa, a un movimiento desde la fría elegancia del cerebro, a la calurosa pasión de la mano.

Barrie Reynolds y Margaret A. Stott. "Material Anthropology: Contemporary Approaches to Material Culture" 1987.

La cultura material

El conjunto de objetos que tienen en común los miembros de una sociedad se consideran su cultura material, es decir, las formas en que su cultura se refleja materialmente en la transformación de su entorno. Jesús Mosterín¹ ha definido la cultura como el conjunto de información transmitida socialmente entre los miembros de un grupo, y agrega que existen tres tipos de información: la sintáctica, referida a la forma física de la información; la semántica, que existe como correlación de sentido entre la estructura significante y un significado; y por último la información pragmática, que es aquella capaz de cambiar en

1- Mosterín, Jesús. Filosofía de la cultura. Pág. 18

De ahí que a diferentes **culturas** correspondan diferentes **objetos**, pues lo que éstos materializan no son otra cosa que los **hábitos** que componen la vida cotidiana de una sociedad.

quien la recibe su comportamiento o estado de ánimo. Mosterín precisa que la información cultural es del tipo pragmático, pero para que ésta exista es necesario que tome una forma (ya sea en palabras, objetos o cualquier tipo de materialización) a la cual se le atribuya un significado, de lo contrario -sin manifestación física, y sin significado- no causaría efecto alguno en el receptor. Desde otra perspectiva, Clifford Geertz en "La interpretación de las culturas"², diferenció claramente la cultura de la sociedad, diciendo que la cultura es una trama de significados en función de la cual los humanos interpretan su experiencia y guían su acción, mientras que la sociedad es la forma que toma la acción en las relaciones sociales. Según esto, ¿qué es lo que materializan los objetos?

De la distinción que establece Geertz, y de la definición propuesta por Mosterín, podemos concluir que la cultura es información social que funciona como una instrucción para las personas, indicándoles las acciones que deben realizar. Cada unidad de información cultural, que bien puede estar representada por un objeto, ha de ser entendida, según esto, como una instrucción, como algo que guía y a la vez da forma a la acción de las personas que la comparten. Este carácter pragmático e instructivo de la información cultural hace pensar que la cultura llevada a la práctica, se compone -como la definió E. Taylor- por el conjunto de conocimientos, creencias, arte, leyes, moral, costumbres y demás hábitos y capacidades que los individuos de un grupo social implementan en el desarrollo de sus experiencias de vida, convirtiéndose por lo tanto en algo representativo y diferenciador ante los demás. De ahí que a diferentes culturas correspondan diferentes objetos, pues lo que éstos materializan no son otra cosa que los hábitos que componen la vida cotidiana de una sociedad.

El estudio de las puestas en práctica.

A pesar de que los objetos son portadores de información cultural (pragmática), ésta sólo se hace evidente en la manera en que el objeto es puesto en práctica desde su estructura y su significado, por los miembros de la sociedad en sus rutinas cotidianas. De ahí que un estudio de la cultura material, o de la cultura a través de los objetos, requiera el desarrollo de modelos de análisis dinámicos que permitan estudiar los objetos desde su relación con las personas -tanto en un sentido colectivo como individual- para comprender en esas formas de relación procesos de apropiación

cultural y de construcción de la identidad a partir de lo que los individuos hacen y piensan de los objetos que representan los referentes prácticos, técnicos y simbólicos de su cultura.

Sobre la relación que existe entre un grupo social y el conjunto de artefactos que materializan sus hábitos, el prehistoriador André Leroi-Gourhan pudo demostrar cómo, desde su origen, los objetos materializaban en su forma más que soluciones a problemas técnicos, logrando destacar de éstos otros valores sociales que se reflejan en su forma, y a través de los cuales se puede hacer un estudio cultural del grupo humano que lo desarrolla e implementa. En la forma de un útil -decía Leroi-Gourhan- intervienen tres valores: el de la función mecánica ideal, la solución material de esta función dependiendo del estadio técnico y el estilo étnico propio de la figuración étnica³. La importancia de sus aportes es que permiten comprender en los objetos aspectos de la sociedad humana, referidos a sus actividades cotidianas, a los saberes técnicos y conceptuales que implementan para solucionar problemas y satisfacer necesidades, y a las formas de representación colectiva de su pensamiento y sus creencias a partir del estilo figurado y de los significados atribuidos a cada uno.

Desde una perspectiva sociológica enfocada en el estudio de las dinámicas sociales en torno la cultura material, Jean Baudrillard mostró en los años sesenta la posibilidad de estudiar los objetos como un sistema similar al lenguaje, realizando un análisis desde dos planos: uno esencial y técnico, otro inesencial y con un énfasis sociocultural. El primer plano nos presenta los objetos como lengua,

es decir, como un sistema de improntas depositadas por igual para cada persona, el segundo permite pensar los objetos como un conjunto de actos y prácticas, y se preocupa más por la forma en que éstos (como lengua) son hablados por cada quien, que por las leyes colectivas que lo estructuran, interesándose por los procesos en los que el lenguaje deja de ser algo colectivo e indeterminado (la lengua), para convertirse en algo individual y altamente singular (el habla), satisfaciendo necesidades más allá de las funcionales, traslapados en su estructura física con estructuras mentales que modifican su sentido original.

Esta perspectiva es la que le sirvió a Baudrillard para definir el consumo como un acto comunicativo en el que los objetos se manipulan como signos para generar, a través de su puesta en práctica, un diálogo sociocultural cargado de sentido, e inaugura una vertiente particular en los estudios de la cultura material preocupada por comprender en el conjunto de prácticas en que se ven envueltos, aspectos diferentes a los que permite conocer el análisis tecnológico de la producción, y más relacionados con las dinámicas socioculturales involucradas en su consumo.

2- GEERTZ, Clifford. *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona, 1987

3- André Leroi-Gourhan. *El gesto y la palabra*. Pág. 300

Con la pretensión de dar cuenta sobre la pregunta de cómo los objetos son vividos, Arjun Appudurai, tituló -de modo sugerente- una recopilación de ensayos principalmente antropológicos como "La vida social de las cosas". En la introducción escrita por él mismo, y titulada "Las mercancías y las políticas del valor" deja claro que la vida de un objeto no se agota en su fase mercantil, que por el contrario ésta sólo representa un momento en la vida de un objeto. Para esto se apoya en el ejemplo del *Kula*, un sistema de circulación de objetos valiosos que tiene lugar entre los habitantes del conjunto insular *Massim*, en el estado de Papua, Nueva Guinea; el *Kula* consiste en el intercambio de collares decorados (que circulan en una dirección) y brazaletes de conchas (que circulan en la dirección contraria) entre los personajes más acaudalados de la población; lo interesante es que a través del intercambio los objetos adquieren biografías específicas al ir de lugar en lugar y pasar de mano en mano, y así mismo los hombres que los intercambian ganan o pierden prestigio al adquirir, retener o desprenderse de estos objetos. El término *Keda*, que se define como ruta, camino o sendero es un concepto polisé-

mico que reúne la circulación de los objetos, la producción de recuerdos y prestigios y la distinción social utilizado entre los *Massim* para describir el viaje de estos objetos de isla en isla, a la vez que alude al camino hacia el poder y el prestigio de los hombres que lo poseen. Lo destacable de este enfoque es que permite estudiar los objetos más allá de su valor mercantil y comprender en las formas de relación entre las personas y los objetos los sentidos que las cosas van adquiriendo a través de su ciclo de vida y, así mismo, los atributos que confieren a quienes los poseen.

Este enfoque sobre el estudio de los objetos que trata de ver en ellos más que un valor económico puede complementarse con algunas apreciaciones que no se restringen a entender el consumo como un momento de compra sino como un proceso de varias etapas a través de las cuales es adquirido, puesto en uso y también destruido⁴, fases o momentos en los que el objeto despierta diferentes emociones, en las personas que van del deseo por la mercancía hasta el tedio que produce el objeto mil veces usado, y finalmente la reposición por uno nuevo⁵. El consumo es visto como un proceso en el que los objetos pasan de ser algo abstracto y genérico cuando son mercancías y se convierten en algo concreto y personal desde el momento en el que entran en uso hasta llegar a su fase terminal; al respecto Daniel Miller dice que el consumo debe ser visto como un trabajo de singularización que consiste en llevar las mercancías de un contexto alienado: el del mercado, a otro completamente inalienable: el de las dinámicas socioculturales, donde los objetos entran en relación con las personas y van forjando una vida propia.

El **CONSUMO** es visto como un proceso en el que los objetos pasan de ser algo **abstracto** y genérico cuando son mercancías y se convierten en algo **concreto** y **personal** desde el momento en el que entran en **USO** hasta llegar a su fase **terminal**.

4- BALIMAN, Zigmunt. Trabajo, consumismo y nuevos pobres. Pág. 43

5- MÖLES, Abraham. Teoría de los objetos.

El enfoque biográfico, tal y como lo propone Koppytof, se centra en hacer evidentes las formas de **singularización** que tiene o puede llegar a tener un **objeto** a lo largo de su vida y del paso por cada una de sus fases.

Con la concepción de que los objetos tienen una vida propia, Igor Koppytof, en un ensayo incluido en "La vida social de las cosas" se vale del concepto de esclavitud para mostrar cómo una persona que es convertida en propiedad de alguien y, por lo tanto en un objeto, puede aparecer como mercancía (mercantilización) pero a pesar de esto tener una vida propia (con limitaciones obvias) luego de ser comprado (desmercantilizado) con la posibilidad de una posterior remercantilización. El enfoque biográfico, tal y como lo propone Koppytof, se centra en hacer evidentes las formas de singularización que tiene o puede llegar a tener un objeto a lo largo de su vida y del paso por cada una de sus fases. Para esto explica que detrás de la economía objetiva, que ve las mercancías como objetos que tienen valor de uso y de cambio, está la economía moral, en la cual un objeto puede considerarse mercancía en un momento y en otro no, o ser considerado por alguien como mercancía pero no por otra persona.

Morfología y biografía de los objetos.

A partir del panorama expresado este artículo propone dos modelos de análisis de los objetos, que buscan desde diferentes puntos de vista, responder la pregunta planteada por Baudrillard acerca de cómo éstos son vividos (cómo es hablado su lenguaje).

Para esto se propone un primer análisis de su morfología basado en las apreciaciones de Leroi-Gourhan acerca de los valores que intervienen en su forma, que tiene por objetivo reconocer en los valores del objeto dimensiones (rasgos, categorías, capitales, etc.) de la cultura materializados en su forma, y definir a partir de las apropiaciones de cada una de esas dimensiones (la de la función, de la tecnología y del estilo) tipologías y categorías en las que se puede ubicar un objeto en una fase de su ciclo de vida, cristalizando en su morfología rasgos del comportamiento estético, es decir, de la manera en la que los individuos se reconocen como miembros de un grupo a través de formas de participación y valoración individual, en comportamientos y creencias que se hacen colectivos al grupo posibilitándoles encontrar referentes para definir, reconocer y construir su identidad, entendida en este caso como una forma peculiar de relacionarse con los objetos de uso cotidiano.

El segundo modelo analiza la "vida" del objeto y las rutas y desviaciones que sufren a lo largo de cada una de sus fases, esto para demostrar que lejos de tener un ciclo de vida lineal que va de la mercantilización directamente a su fase terminal, las biografías de los objetos presentan constantes ires y venires por los que se mueven por diferentes fases de su vida de manera azarosa e impredecible. Este tipo de análisis nos deja descubrir como las personas reflejan su personalidad y diferentes formas de valoración a través de los usos y significados que dan a éstos, hasta convertirlos

en un registro material de lo que los individuos hacen y piensan, y así en soportes donde quedan marcadas las huellas materiales e inmateriales de su existencia.

Ambos modelos de análisis: el morfológico y el biográfico, permiten reconocer, a través de las puestas en práctica de la cultura material, aspectos culturales que de otro modo permanecerían invisibles al conocimiento, como las formas de relación particular de cada individuo con los objetos y por medio de éstos con el grupo social, evidenciando los procesos de construcción de la identidad individual y colectiva en una sociedad -que como la contemporánea- se estructura a partir del consumo.

Ambos modelos de análisis: el morfológico y el biográfico, permiten reconocer, a través de las puestas en práctica de la cultura material, aspectos culturales que de otro modo permanecerían invisibles al conocimiento.

Método

El método utilizado para el desarrollo de los modelos de análisis consistió en el diseño de técnicas mixtas de recolección de datos, en las que se combinan la documentación, la observación y la interrogación. Para cada técnica se diseñó un instrumento de registro, que a la vez que sirve de protocolo permite consignar en él los datos obtenidos de manera sistemática para facilitar su posterior análisis.

Ambas técnicas fueron implementadas en el proyecto "Estéticas del consumo" que estudia con sentido estético las configuraciones de la cultura material en los entornos públicos y privados de la ciudad de Medellín. Los modelos han sido implementados en las actividades de investigación y docencia del Observatorio de Cultura Material (CULTURAMA), Línea de investigación adscrita al Grupo de Estudios en Diseño de la Universidad Pontificia Bolivariana, donde se han desarrollado diferentes estudios sobre la cultura material.

El desarrollo de ambos modelos de análisis (morfológico y biográfico) consistió en determinar variables de análisis en los objetos; en el primero se seleccionaron dimensiones del objeto por medio de las cuales se pudieran comprender formas de apropiación social de los mismos y con esto variaciones en el sentido, la forma o la utilidad de los artefactos; para el segundo modelo las variables de análisis seleccionadas fueron las fases del objeto, y el interés se centró en conocer el estado (o la estadía) del objeto en cada fase, con especial atención en los procesos por los que pasó de una a otra.

Análisis morfológico

El análisis morfológico parte del hecho de que en el objeto quedan cristalizados los valores funcionales, tecnológicos y étnicos del grupo social al que pertenece (Leroi-Gourhan), pero lo interesante -para nosotros- no es tanto cómo la cultura se materializa en ellos, sino cómo la sociedad (individual y colectivamente) pone en práctica esta cultura materializada, o dicho de otro modo cómo interpretan la información cultural contenida en su forma

e implementan el objeto en sus prácticas sociales convirtiéndolo en comportamientos y estados de ánimo. En la formulación de este modelo se partió de las apreciaciones de Leroi-Gourhan sobre los valores culturales que intervienen en la forma de un útil, y consistió en establecer dimensiones morfológicas, es decir, rasgos del objeto que correspondieran a cada valor.

VALOR	DIMENSIÓN
Función mecánica ideal	Funcional
Soluciones materiales, según estadio técnico	Estructural
Estilo de la figuración étnica	Comunicativa

Tabla 1

Valores de la cultura que se materializan en las dimensiones del objeto.

Para convertir las dimensiones del objeto en variables de análisis (en elementos que varían su valor de un caso a otro) se precisaron interrogantes que permitieran comprender cómo cada una variaba de un objeto a otro y descubrir así las diferentes formas de apropiación sociocultural de los objetos.

DIMENSIÓN	REFERENCIA	PREGUNTAS
Estructural Determina cómo es el objeto, lo que el objeto es.	Materiales y componentes Procesos de fabricación	¿De qué está hecho? ¿Cómo fue fabricado?
Funcional Determina lo que se hace con el objeto.	Función que cumple Modo de operación	¿Para qué sirve? ¿Cómo funciona?
Comunicativa Determina lo que se siente por el objeto.	Significados que se le atribuyen Formas de valoración	¿Qué significa? ¿Qué se siente por él?

Tabla 2

Análisis morfológico de las dimensiones del objeto.

A través del estudio de las dimensiones del objeto por medio de estos interrogantes, se obtiene información sobre cómo la cultura, que está materializada en su morfología, es puesta en práctica y apropiada por las personas de la sociedad. Lo importante es que permite ubicar las desviaciones (en un sentido retórico) que puede llegar a presentar el objeto desde sus prácticas respecto a su composición (dimensión estructural), su utilidad (dimensión funcional) y su sentido (dimensión comunicativa), poniendo en evidencia cómo es que son vividos cuando su racionalidad técnica choca con la irra-

cionalidad de las necesidades humanas⁶ y pasan a constituir una fase de su vida categorías determinadas más por las dinámicas socioculturales que los consumen que por las tecnologías que los producen.

Análisis biográfico

En sentido estricto, una biografía es la historia de vida de una persona⁷, por lo que el análisis biográfico parte del hecho de que los objetos, en su paso por las diferentes fases de su consumo, van formando una vida que es documentable por las personas que han sido sus propietarios, así como a través de otros recursos dentro de los que se destacan los álbumes fotográficos. Como lo plantea Kopytoff "Las sociedades restringen a ambos mundos (el de las cosas y el de las personas) de forma similar y simultánea, motivo por el cual construyen objetos del mismo modo que construyen individuos⁸". Desde este sentido, resulta lógico pensar que ellos, al igual que las personas, tienen una biografía, es decir, una historia que relata su vida.

La construcción del modelo partió con la pretensión de establecer divisiones en la vida del objeto que asemejaran los momentos de la vida de una persona desde su vida hasta su muerte y para esto se estableció un paralelo con los momentos del proceso de consumo: adquisición, uso, desecho, y a cada uno de éstos se hizo corresponder una fase de la vida del objeto.

Tabla 3
Momentos del consumo y
fases del objeto

MOMENTOS DEL CONSUMO	FASE DEL OBJETO	DEFINICIÓN
ADQUISICIÓN	Mercantil	Definido por su inter-cambiabilidad sea ésta monetaria o no.
USO	Útil	Definido por la utilidad (física o simbólicamente) para hacer algo con él.
DESECHO	Terminal	Definido por una reducción de su utilidad por un desgaste físico o simbólico.

Lo interesante del objeto es que su vida no se agota en la fase terminal; por el contrario, en esta etapa puede volver a ser útil e incluso una mercancía con un valor comercial que llega a ser más elevado que el original⁹. Como se ha aclarado con anterioridad, del análisis biográfico no importa tanto la fase o la categoría en la que se encuentre el objeto (asunto más bien del análisis morfológico) sino cuál fue el proceso que lo llevó allí.

Como apunta Kopytoff, al elaborar la biografía de una cosa se formulan preguntas similares a aquellas relacionadas con las personas desde la perspectiva sociológica.¹⁰ Para tal efecto se han definido tres tipos de preguntas: las primeras referidas a los modos de adquisición, no solo los que tienen que ver con el intercambio mercantil,

sino también las que representan diferentes formas de adquisición e intercambio no monetario; el segundo grupo de interrogantes está relacionado con los modos de uso, haciendo énfasis en las formas de apropiación del objeto; y el tercer grupo reúne las preguntas que conciernen a la fase terminal del objeto, a su expectativa vital y las formas de reaparición¹¹ que presenta. Tanto el modelo biográfico como el morfológico (éste en menor medida) necesita de un interlocutor que hable por el objeto y dé cuenta de la manera en que ha sido puesto en práctica, por lo que cada uno está planteado para ser desarrollado a través de un protocolo de entrevista estructurada y elaborada cara a cara¹² (el análisis biográfico requiere, en lo posible, una visita domiciliaria), complementada con técnicas de observación (y registro fotográfico) y de documentación, abriendo la posibilidad de estudiar diferentes registros históricos y presentes del objeto.

Resultados

Los resultados obtenidos son dos modelos de análisis representados cada uno en un protocolo que guía el proceso de recolección de datos y en sus respectivos instrumentos de registro. El protocolo funciona como una instrucción para la persona que recolecta los datos y contiene los temas y las preguntas principales para guiar el proceso, a pesar de que el protocolo presenta preguntas concretas, la idea es que éstas no se hagan directamente sino que funcionen como una guía de la entrevista. Los instrumentos de registro consisten en fichas sobre las cuales se organiza la información recolectada para luego poder ser sistematizada y analizada con facilidad. Los instrumentos de registro están compuestos por tres partes: una que corresponde a la información general del proyecto del que hace parte el análisis; la segunda parte a la fuente de los datos, al lugar donde se realiza, a la persona que es entrevistada y al objeto estudiado; por último está la información correspondiente al registro de las fuentes de interrogación de observación y documentación.

Lo interesante del objeto es que su **vida no se agota** en la fase terminal, por el contrario, en esta etapa puede volver a ser útil e incluso una mercancía con un valor comercial que puede ser más elevado que el original.

Discusión

Análisis morfológico.

Analizando cada una de las dimensiones del objeto en su proceso de consumo se han observado dife-

6- BAUDRILLARD, Jean. El sistema de los objetos. Pág. 6

7- ASCANIO, Carmen. Biografía etnográfica. En: Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural. Pág. 209. Editado por Ángel Aguirre Baztán.

8- KOPPYTOF, Igor. La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. En: La vida social de las cosas.

9- Sobre los procesos de revalorización y mercantilización de objetos terminales ver: Juan Diego Sanin S. Reparaciones. Revista Iconofacto, Vol. 1, N° 2.

10- KOPPYTOF, Igor. La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. En: La vida social de las cosas. Pág. 92. Editado por Arjun Appadurai.

11- El concepto de reaparición se define como la capacidad de algunos objetos de pasar de la fase terminal a la fase útil o mercantil, viéndose envueltos de nuevo en procesos de uso y adquisición.

12- AGUIRRE, Silvia. Entrevistas y cuestionarios. En: Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural. Pág. 171. Editado por Ángel Aguirre Baztán.

rentes formas de apropiación estructural, funcional y comunicativa, en las que se puede reconocer cómo es que la cultura es puesta en práctica y convertida en acción social a través de los objetos. En esas apropiaciones se pueden observar con mayor claridad los rasgos verdaderos de la cultura, en el sentido que en ellas se evidencian los saberes técnicos y conceptuales que las personas implementan para solucionar sus necesidades y dar sentido a su existencia por medio de la apropiación de los elementos que configuran su entorno material.

De estas apropiaciones hemos definido tres tipos, que corresponde, cada uno, a cambios o permanencias en cada dimensión del objeto. Estas han sido clasificadas de la siguiente manera:

Tabla 4

Dimensiones del objeto y formas de apropiación

DIMENSIÓN	APROPIACIÓN	MANIFESTACIÓN
Estructural	Transformaciones	Cambios físicos. Partes que se anexan o se extirpan a través de operaciones técnicas.
Funcional	Redefiniciones	Cambios prácticos. Funciones que se agregan o se eliminan por medio de diferentes formas de implementación.
Comunicativa	Resemantizaciones	Cambios simbólicos. Nuevos significados que se sobrepone sobre la lógica del objeto.

Una o varias de estas formas de apropiación pueden aparecer en un mismo objeto, modificando por completo su concepción, colocándolo por lo tanto en diferentes categorías según las apropiaciones a las que sea sometido, dando lugar así al surgimiento de tipologías de objetos definidas en su clasificación más por los procesos socioculturales relacionados con su consumo, que a aquellos tecnológicos que le han dado forma desde su producción.

De las formas de apropiación queremos mostrar cómo, a través de diferentes casos individuales, se hacen evidentes procesos colectivos de relación práctica, física y simbólica con los objetos.

De las formas de **apropiación** queremos mostrar cómo, a través de diferentes casos individuales, se hacen evidentes procesos colectivos de **relación práctica**, física y simbólica con los objetos.

OBJETUALIZACIÓN.

“En nuestra civilización, el objeto es artificial. No se dirá que una piedra, una rana o un árbol es un objeto, sino una cosa. La piedra se convertirá en objeto cuando ascienda al rango de pisapapeles y se le pegue una etiqueta (precio... calidad...) que la haga ingresar en el universo social de referencia”



Fig. 1

Melisa Duque
Objetualización (funcional).
Piedras de diferentes formas y tamaños, muchas veces moldeadas por años de uso, sirven para realizar diversas tareas domésticas.



Fig. 2

Juan D. Sanín
Objetualización (funcional-mercantil).
Algunos objetos del aseo personal como el "estropajo" son elementos naturales a los que la tradición ha conferido funciones específicas e incluso atributos mercantiles.

La objetualización es un proceso evidente en muchas formas de apropiación estructural, funcional y comunicativa de elementos de la naturaleza. Es característico de este proceso el hecho de asignar funciones a las cosas naturales según sus propiedades estructurales y un sentido lógico; pero también el de atribuir -como en el caso de la sacralización (analizado más adelante)- a diferentes elementos poderes mágicos con procesos de pensamiento y lógicas no tan racionales.

Las funciones prácticas que se asignan a las cosas objetualizadas coinciden, por lo general, con capacidades de su estructura como macerar, raspar o proteger, por lo que su operación se caracteriza por gestos simples como golpear, frotar o envolver. Y son estas "funciones encontradas" las que convierten cosas naturales en objetos. Estas nuevas funciones que encuentran minerales y vegetales, agrupan a las cosas de la naturaleza en tipologías de objetos, convirtiendo piedras en utensilios de cocina, frutos en elementos de aseo personal, hojas en empaques de alimentos, o árboles en mobiliario público; es así como lo natural se resemantiza para ingresar al sistema de lo artificial.



Fig. 3

Juan D. Sanín
Objetualización (funcional-estructural)
Por sus propiedades estructurales algunas hojas como las de bijao, son utilizadas como envoltorio de alimentos, compitiendo en calidad con productos como el papel aluminio.



Fig. 4

Melisa Duque
Objetualización (decorativa)
Un árbol podado en forma de casa sirve como elemento decorativo del espacio público en una calle de la ciudad de Cali.

Fig. 5 Paola Palacio



Criollización (imitación)
Un frasco de aceite Jeferson (hecho en Colombia) que no deja de traer a la mente la imagen de otro producto, se vende en una tienda de "remates de aduana" por 500 pesos.

Fig. 6 Juan D. Sanín



Criollización (hibridación)
Los referentes morfológicos de "Converse All Stars" son combinados con los del nombre de una popular novela, juntos sirven para crear una nueva marca de tenis: "Escamoso All Sports"

Fig. 7 Juan D. Sanín



Criollización (imitación)
El sutil cambio de la "O" por la "Q" en estas pilas "AAA" hacen que su nombre, al ser impronunciable, remita la mente de inmediato a la imagen y nombre del producto original.

Fig. 8 Juan D. Sanín



Criollización (imitación)
La letra "r" que se agrega a la imagen de marca de este desodorante ("arden for men"), es tan sutil que pasa desapercibido a la vista de cualquier comprador.

CRIOILLIZACIÓN

Un proceso de apropiación intercultural que se hace evidente en las formas de apropiación de los objetos es el de la criollización, término que sirve para definir el proceso de re-contextualización a través del cual a los bienes adoptados de culturas foráneas se les asignan usos y significados por la cultura receptora¹³, por medio de la apropiación de las estructuras, los usos

13- HOWES, David. Cross-Cultural consumption: Global markets, local realities. London, Routledge. 1996

y significados del objeto original. Los objetos *criollizados* se caracterizan no tanto por ser apropiados sino por la adaptación de cada una de sus dimensiones, es decir, por las transformaciones, redefiniciones y resemantizaciones a los que la forma del objeto adoptado debe ser sometido para ajustarse a su nuevo entorno.

El proceso de adaptación que analizamos en este caso nos remite a las imitaciones de marca, y está determinado por cambios que modifican las propiedades gráficas y formales de algunos productos comerciales del mercado mundial, para que puedan ser adquiridos, entendidos y usados por la cultura local.

Las imitaciones se definen morfológicamente, ante todo, por una adaptación estructural, que se identifica por la copia total o parcial de los atributos gráficos y formales del producto original. Esta adaptación se concentra especialmente en la presentación del producto: la etiqueta, el empaque, la apariencia; y poco en su contenido, cantidad o calidad. Se observa también el surgimiento de marcas nuevas, producto de la mezcla de elementos gráficos reconocidos mundialmente, con referentes locales de la cultura popular. Las morfologías de los productos imitados se convierten en referentes icónicos de la cultura y el mercado local, un hecho que les permite pasar muchas veces por los productos originales que imitan.

USOS Y DESUSOS.

Las formas de apropiación de los objetos durante su fase útil muestran la relatividad polisémica



Fig. 9 Camila Jaramillo

Recontextualización (funcional)

Un recipiente, para contener y dar estructura a la endeble presentación de la leche en bolsa, contiene el retoño de una planta doméstica, puesta en su interior en remojo, con la esperanza de que "eche raíces".



Juan D. Sanín Fig. 10

Museificado (Des-uso)

Muñecas de diferentes épocas y tamaños son marginadas de su función interactiva como juguetes de niños y convertidas en elementos decorativos para la contemplación de seres adultos.

del concepto de utilidad, y la gran cantidad de necesidades y deseos a los que los objetos dan satisfacción. Los procesos de redefinición funcional - que analizamos en este caso- se caracterizan por someter los objetos a un cambio en su función, y por lo tanto por la modificación de "lo que la gente hace" con él y "cómo lo hace". Vemos que la utilidad no se define solamente por las funciones instrumentales del objeto, así mismo su operación no se

Sacralizado (reuso)

Una herradura malgastada y encontrada de cierta manera en el camino vuelve a ser útil como objeto para la buena suerte. Para que su poder surta efecto es puesta con la boca hacia abajo detrás de la puerta de la casa.

Fig. 11 Juan D. Sanín



Des-usado.

Desde hace varios años, entre lo útil y lo terminal, un triciclo de plástico espera en el "cuarto útil" -arrumado con otros objetos en desuso- el momento en que vuelva a ser usado o en que, luego de años en este purgatorio, sea desechado.

Juan D. Sanín Fig. 12



Como la redefinición funcional modifica la tipología original del objeto, una vez sometidos al proceso, son también **re-semantizados**, viendo alterado su **significado**, su sentido lógico y su forma de **valoración**.

define únicamente por formas de interacción activas con un usuario, está claro que la utilidad puede definirse simbólicamente, así como también existen procesos de “manipulación” que podrían considerarse mentales. Las redefiniciones funcionales se presentan en una amplia gama de objetos, que encuentran funciones anexas o secundarias; que —pasan de tener usos activos a pasivos, e —incluso contemplativos; así como en otros

que pierden su función sin recibir una nueva, quedando relegados a estructuras de colocación “arrinconadas” o al “cuarto útil”.

Como la redefinición funcional modifica la tipología original del objeto, una vez sometidos al proceso, son también resemantizados, viendo alterado su significado, su sentido lógico y su forma de valoración. A pesar de los grandes cambios que suponen la apropiación funcional y comunicativa de estos objetos, cabe destacar la permanencia intacta —en la mayoría de los casos— de su estructura original, la cual solo se ve transformada por operaciones que consisten en adiciones que se realizan para poder cambiar su colocación.

A través de las redefiniciones, los objetos más útiles adquieren funciones que los inutilizan, que los sacralizan o que los llevan de un contexto a otro. En la mayoría de estos casos que no es la forma la que se crea de acuerdo a una función que debe cumplir, sino que nuevas funciones se aplican a formas ya existentes.

Sacralización (objetualización)

Una planta de sábila, a la que se le atribuyen poderes mágicos para la protección del hogar, es amarrada con una cuerda plástica y colgada al revés encima de una puerta.

Fig. 13 | Juan D. Sanín



Sacralización (decoración)

Un teléfono público informa, con un letrero hecho a mano, que funciona con monedas de \$200. Exhibe a la vez imágenes religiosas que decoran su superficie y sacralizan su sentido.

Fig. 14 | Juan D. Sanín



SACRALIZACIÓN.

De estas tipologías -como ejemplo- se pueden destacar los procesos de sacralización, es decir, aquellas apropiaciones que tienen como efecto la atribución de poderes sagrados, mágicos, religiosos, o de “buena suerte” a diferentes objetos, y que, al igual que lo mercantil, lo útil o lo terminal, aparece como una fase más en la vida de los objetos, en las que podrían definirse por la propiedad de servir de mediadores materiales entre fuerzas “sobrenaturales” y personas.

La sacralización, lejos de ser un fenómeno sociocultural asociado únicamente a lo religioso, se construye sobre la base de las creencias populares, los atributos mágicos de algunos elementos naturales y los poderes específicos de divinidades determinadas.

Morfológicamente presenta ante todo una resemantización de su dimensión comunicativa que los hace diferentes a cualquier otro objeto, y es la atribución de capacidades más allá de lo físico, son las que hemos denominado sagradas y que se convierten en su nueva función. En cuanto a la redefinición funcional de estos objetos resultan interesantes los modos de operación para su funcionamiento, relacionado en la mayoría de los casos con dos elementos: su estructura de colocación, es decir, con el lugar desde el cual el objeto acumula e irradia su poder, y que puede ser tan próximo como el cuerpo, o tan medial como la pared de una casa; y con la activación de sus poderes a través de un contacto personal con el objeto en el cual se hacen peticiones específicas.

De-sacralización

Las imágenes sagradas de un amuleto devienen íconos de la moda. Jesucristo, la Virgen María y otros Santos pierden su connotación sagrada para ser llevados a la categoría de imágenes publicitarias.

Fig. 15 Juan D. Sanín

**De-sacralización (des-uso)**

Una figura de María Auxiliadora, hecha en cerámica, espera en una remota esquina de un mueble de la cocina que alguien reactive su uso cuando reza.

Fig. 16 Juan D. Sanín



Reciclaje (repuestos)

Las partes de diferentes objetos desmenuzados vuelven al ciclo del consumo en el Centro Comercial Medellín (Plaza Minorista) ofrecidos comercialmente como repuestos que revivirán objetos descompuestos.

Fig. 17 | Natalia Serna



Reciclaje (basura comercial)

En el Bazar de los Puentes, cuerpos de muñecas, tanto enteros como incompletos, se exhiben como basura comercial. Algunas de ellas serán juguetes de nuevo, pero otras serán reparadas y estarán destinadas para fines decorativos.

Fig. 18 | Juan D. Sanín



14- SANÍN, Juan Diego. Reparaciones. Revista Iconofacto, Vol 1, N° 2.

REPARACIONES

Es común observar objetos que, a pesar de presentar morfologías en estado terminal, sigan siendo usados, extendiendo al máximo su fase útil e incluso en una segunda fase mercantil, siendo comercializados de diferentes maneras. Las formas de apropiación de estos objetos consisten en la revalorización estructural, funcional y comunicativa, que

pueden dar pie a procesos alternos a la reparación como es la remercantilización. Es precisamente la revalorización de alguna de las dimensiones del objeto lo que permite al objeto seguir siendo usado o comercializado (revalorización mercantil).

En otro lugar¹⁴ hemos definido con precisión cinco formas de reparación: reciclaje, reparación, recarga, reuso y reutilización, de las cuales cada una puede presentar formas de remercantilización; cada reparación es diferente de las otras según las modificaciones que sufre su estructura, su función o su comunicación en el proceso de ser revalorizadas. El reciclaje, por ejemplo, consiste en la recuperación de objetos terminales que son vueltos a traer al ciclo del consumo de maneras diferentes: como materia prima, como basura comercial o como repuestos y refracciones para otros objetos, revalorizando ante todo la estructura de los objetos pero sin transformarla; en las reparaciones lo que se busca es la revalorización funcional, reponiendo elementos estructurales descompuestos; en los empaques, envases y frascos recargados, lo que se recupera

es la función de una estructura para contener, sin que se realicen transformaciones radicales; los objetos reusados vuelven de la fase terminal a una segunda fase útil, sirviendo para lo mismo que han servido siempre, o bajo nuevas funciones; lo interesante en este caso son las redefiniciones funcionales que puede tener el objeto al ser resemantizado comunicativamente cambiando de sentido y contexto sin que por esto se modifique su estructura; por último, está la reutilización que más que una revalorización se define como la producción de un objeto nuevo, a partir de sobras y restos de otros objetos, en los objetos reutilizados, aparecen estructuras y estéticas de objetos desechados que se integran en un nuevo objeto que cumple una nueva función. Cada caso demuestra con su morfología que la vida de los objetos no se agota -si así se quiere- en su fase terminal.

La remercantilización, fenómeno que aparece ligado a las reparaciones, se da, como ya mencionamos en el reciclaje; pero también en las reparaciones, cuando los objetos terminales, luego de ser reparados, son puestos a la venta en los mismos talleres donde se reponen sus partes malas; en los recargados, cuando empaques desechados sirven para presentar comercialmente mercancías nuevas; en el reuso, a través de los productos "de segunda", y en la reutilización por medio de diferentes mercancías fabricadas con material de desecho.

Análisis biográfico.

"En las sociedades complejas, la biografía de las cosas revela un patrón similar. En el mundo homogenizado de las mercancías, la biografía memorable de una cosa se convierte en la historia de las diversas singularizaciones experimentadas por ella, de las clasificaciones y reclasificaciones a las cuales ha estado sujeta en un mundo incierto de categorías cuya importancia varía con cada modificación menor del contexto. Al igual que en el caso de las personas, el drama reside aquí en la incertidumbre tanto de la valoración como de la identidad"

Igor Kopytov. La biografía cultural de las cosas. Pág. 120

Reutilización

Una llanta partida a la mitad, y sobre la que se ha escrito "servicio de sellomatic" con letras blancas pintadas a mano, sirve para anunciar el servicio de montallantas que es prestado de manera informal en una residencia.

Fig. 19 | Juan D. Sanín



Reutilización

El envase dos litros de una gaseosa con sabor a uva de la marca "Postobón" ha sido reutilizado en una vereda turística del municipio de San Jerónimo, con el fin de que sirva como maceta de una planta.

Fig. 20 | Juan D. Sanín



Analizar el **recorrido** que realiza un **objeto** a través de cada una de sus fases (mercantil, útil, terminal) permite comprender que éstos no tienen una **vida** lineal que va directamente de un principio a un fin, sino que puede ir de una a otra en diferentes direcciones, sin necesidad de llevar un orden lógico entre ellas.

Analizar el recorrido que realiza un objeto a través de cada una de sus fases (mercantil, útil, terminal) permite comprender que éstos no tienen una vida lineal que va directamente de un principio a un fin, sino que puede ir de una a otra en diferentes direcciones, sin necesidad de llevar un orden lógico entre ellas; presentando así tiempos de vida relativos que pueden hacer inmortal algo desechable, convertir en perecederos los bienes más durables.

En la biografía de un objeto se hace evidente que éstos, a lo largo de su vida pueden ser sometidos a varios procesos de mercantilización y tener, por lo tanto, varios propietarios, así como pueden aparecer en otros momentos de su vida, diversos usuarios que se relacionan con él de maneras diferentes, aportando cada uno distintas experiencias para la vida del objeto.

A través de su vida las formas en que es valorado un objeto son varias, y varían de un contexto a otro. Así como el valor económico, lejos de ser una propiedad del objeto, es un juicio que emiten los sujetos sobre éste, el valor de cambio (estructural), de uso (funcional) y estético (comunicativo) varía a lo largo de su biografía, haciéndose evidente en las variadas formas de valoración y los diversos usos y significados que puede tener un mismo objeto para diferentes personas, o en diversas épocas.

La biografía de las cosas -como lo apunta Koppitof- permite observar de manera especial un aspecto interesante en la vida de los objetos interculturales que son adoptados por otras culturas y son los procesos a través de los cuales son recontextualizados (adaptados) culturalmente para poder ser puestos en práctica¹⁵.

Por último, que en el recorrido que hace por cada una de sus fases (mercantil, útil terminal), del paso de un propietario a otro y de las diferentes formas de valoración que puede tener, y de las adaptaciones a las que tenga que ser sometido para poder ser asimilado por otra cultura, los objetos van forjando una "vida propia", en la que se refleja, en cada fase, múltiples rasgos y categorías culturales, tanto colectivos como individuales. Para dar cuenta de la vida que tienen los objetos se exponen las conclusiones de los siguientes casos:

15. KOPPYTOF, Igor. La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. En: *La vida social de las cosas*. Editado por Arjun Appadurai.

LOS CUBIERTOS DE JULIO.

Un objeto inmortal

En el año 1959, a la edad de 5 años, Julio Calderón recibió como regalo de su padrino de bautismo un juego de cubiertos del vaquero "Hopalong Cassidy" traído de Estados Unidos, con los cuales aprendió las técnicas del buen comer. Con el tiempo, y en la medida que se hacían pequeños

para su tamaño pasaron a manos de sus hermanos Juan, Marta y Gloria, quienes lo utilizaron para aprender la técnica. Por el significado adquirido en el tiempo, a los 28 años y recién casado, Julio decidió llevarlos consigo de Medellín a la ciudad de Cartagena, lugar de residencia con su esposa Genoveva

Cubiertos de Julio
Calderón.

Fig. 21 Paula Calderón



Insignia del vaquero
"Hoppalong Cassidy"
por la cual han sido
reconocidos.

Fig. 22 Paula Calderón



A pesar de ser un objeto
sagrado está en uso y
comparte sitio con los
demás de su clase.

Fig. 23 Paula Calderón



Piza, donde ambos acordaron que éstos serían los cubiertos con los que aprenderían a comer los hijos que tendrían. Fue así como Paula, Julio Junior y Sara aprendieron a comer con ellos, por lo que dicen deberles momentos agradables. Hoy en día, 46 años después, los cubiertos permanecen en la casa de Julio, donde además de ser usados para servir salsas o para cuando llevan comidas al trabajo o a los paseos, son los preferidos de sus sobrinas María Fernanda y Susana quienes los reconocen como los cubiertos del "vaquerito".

De estos cubiertos cabe resaltar que a pesar de estar incompletos por la pérdida del tenedor, se conciben por sus usuarios y propietario como un conjunto completo, en el que el elemento faltante es reemplazado por cualquier otro, pero que adquiere en el momento del uso el mismo significado de los otros dos, haciendo que el "alma" del tenedor perdido reencarne temporalmente en cualquier cubierto.

A pesar de ser, de algún modo, un objeto sacralizado por la familia Calderón, éste no ha sido marginado ni de su uso, ni de su estructura de colocación; por el contrario, permanece en "el cajón de los cubiertos", de donde dice Julio no saldrán, más que para ir al "baúl de los recuerdos" confirmando al objeto la propiedad de inmortalidad, al atribuirle una vida más allá de la utilidad.

EL AJUAR DE BAUTISMO DE DOÑA CILIA.

Un objeto matriarcal

En el año 1945, por un valor de \$30, doña Cilia, a la edad de 18 años, mandó elaborar a las hermanas Isaza de Rionegro el ajuar de bautismo que usaría Ruth, su primera hija. A partir de allí con él se han bautizado más de 30 personas (no recuerda con exactitud cuántas), entre las cuales se cuentan sus 14 hijos, varios nietos, sobrinos y bisnietos.

El ajuar permanece guardado en un "rincón de mi closet" dice doña Cilia, envuelto en papel globo azul, de donde sale únicamente cuando va a ser utilizado para el bautizo de algún familiar, y donde es guardado luego de ser

mandado a lavar a las "monjitas" del buen pastor. A pesar de su deterioro y de las no pocas reparaciones que ha tenido que hacer su hija Luisa, doña Cilia afirma que quedan muchos años antes de que el ajuar deje de ser usado y afirma que en ese momento no se deshará de él, por el contrario, espera poder conservarlo como recuerdo de su familia.

La vida de este objeto está marcada únicamente por un propietario: la cabeza femenina de la familia Duque, pero han sido realmente sus múltiples usuarios los que le han otorgado valor y significado. Vemos en este ajuar de bautismo algo que podría entenderse como un "objeto matriarcal", que sirve a la cabeza femenina de una numerosa familia como registro histórico y referente colectivo de su pasado, ligado a un momento particular de cada miembro: su bautizo.

Doña Cilia, su hija y el ajuar de bautismo.

Fig. 24 | Melisa Duque



Lugar donde el objeto es guardado mientras no se usa.

Fig. 25 | Melisa Duque



El ajuar puesto en uso para el bautismo de un nieto de la propietaria.

Fig. 26 | Melisa Duque



A pesar de tener un único propietario es evidente el gran número de usuarios temporales que ha tenido a lo largo de 60 años, a través de los cuales su uso ha coincidido únicamente con eventos extraordinarios, convirtiéndolo en un objeto casi sagrado, con una fuerte connotación ritual.

EL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE DOÑA BERTA.

Un santo amigo y un objeto *medium*.

En el año de 1952, doña Berta Mejía de Maya, recibió como regalo de bodas de su cuñada Mercedes Maya una figura del Sagrado Corazón de Jesús de 1,20 metros de alta. Doña Mercedes, quien lo compró en el taller de don V. Bartolina, un escultor italiano de Santos, lo obsequió para que los recién casados pudieran configurar un altar “bien lindo” en su casa, “digno de Dios”.

Doña Berta junto al Sagrado Corazón de Jesús.

Fig. 27 | Verónica Arango



Rostro del Sagrado Corazón de Jesús.

Fig. 28 | Verónica Arango



Lugar en el que actualmente se encuentra ubicado el objeto.

Fig. 29 | Verónica Arango



La figura iba acompañada por una tarjeta de felicitación que doña Berta recuerda a pesar de haberla perdido hace varios años. A lo largo de 52 años el Sagrado Corazón, quien ocupa hoy un lugar preferencial en la habitación de doña Berta, junto al televisor, se ha convertido más que en una figura religiosa en un amigo al que le reza todos los días, y de quien dispone para todo aquel que quiera participar de su oración. A pesar de ser una repre-

sentación religiosa, la sacralidad de este objeto radica, más que en su poder religioso, en los recuerdos que trae de familiares queridos de D. Berta que han fallecido, “en especial mi marido y mi cuñada quien me lo regaló”, además de sus nietos, quienes de pequeños jugaban con él, llegando incluso a ser el novio de Carolina (una de las nietas) quien le daba “piquitos en la boca”, recuerda D. Berta.

Se destaca de este objeto religioso más que un poder divino un poder histórico que lo convierte en registro del pasado y a la vez en recuerdo vivo del presente. El hecho de que el objeto haya vivido y sobrevivido junto a su dueña durante todo su matrimonio, incluso desde el momento del casamiento, lo convierte en un médium entre los familiares muertos (el esposo, la cuñada) y los vivos (sus nietos y nietas).

La sacralidad de este objeto, además de reflejarse en la devoción que se le tiene, radica en esa capacidad humana que se le ha conferido y que le ha convertido en miembro y testigo de la vida familiar de su propietaria, en un “ser” que la ha acompañado a lo largo de su vida y en el paso de las generaciones.

Conclusiones

El campo de los estudios de la cultura material o de la cultura desde sus formas de materialización y puestas en práctica, necesita de herramientas metodológicas (técnicas, instrumentos, modelos de análisis) propias del tema, enfocadas a estudiar más que a las personas a los objetos (a través de las personas). En esta vía, los modelos de análisis morfológico y biográfico permiten destacar de los objetos: las apropiaciones de cada dimensión: transformaciones, redefiniciones y resemantizaciones; y también el recorrido que hacen por las fases que constituyen su vida: mercantil, útil, terminal; descubriendo en la manera que los objetos son vividos, las formas en que los rasgos y categorías culturales se reflejan en objetos que se convierten en referente de identidad individual y colectiva de los miembros de un grupo social, en vínculo y referente material de la información cultural que comparten.

Agradecimientos

A los estudiantes y profesores pertenecientes al Observatorio de Cultura Material. Especialmente a: Paula Calderón, Melisa Duque y Verónica Arango.

APPADURAI, Arjun. Introducción: Las mercancías y las políticas de valor. En: *La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías* Grijalbo. México. 1991.

AGUIRRE, Ángel. *Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. Alfaomega. México. 1997

ALEXANDER, Christopher. *Ensayo sobre la síntesis de la forma*. Ediciones Infinito. Argentina. 1971

DE CERTAU, Michel. *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana. 1996

COLORS Magazine. *Extra/ordinary objects 1 y 2*. TASCHEN, Italy. 2003.

DELGADO, Manuel. *La magia*. Montesinos Editor. S.A. Barcelona. 1992.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. Editorial Grijalbo. México. 1990

KOPPITOF, Igor. *La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso*. En: *La vida social de las cosas: perspectiva cultural de las mercancías* Grijalbo. México. 1991.

LEROI-GOURHAN, Andre. *El gesto y la palabra*. Universidad Central de Venezuela. Caracas. 1971

MOSTERÍN, Jesús. *Filosofía de la Cultura*.

MOLES, Abraham. *Teoría de los objetos*. Editorial Gustavo Gili. España.

ROTH, Klaus. *Material culture and intercultural communication*. *International journal of Intercultural Relations*. 25 (2001) 563-580.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de lingüística general*. Editorial Planeta. Barcelona. 1985

SILVA, Armando. *Imaginario Urbano. Hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos*. Convenio Andrés Bello. Universidad Nacional de Colombia. 2004

Entrevistas a:

Julio Jaime Calderón (2006).

Cilia Becerra (2005).

Berta Mejía de Maya (2006).