

- **Trabajador informal con inclinaciones artísticas y culturales:**

Estos trabajadores al igual que los vendedores ambulantes se encuentran en todo el centro y toda la Carrera 7ª, pero desde la calle 11 a la 13 es donde más se encuentran estos, por la proximidad a la candelaria, la plaza de Bolívar, museos y zonas turísticas de la ciudad. Estas personas nos representan de muchas maneras a nivel nacional, aquí están los artesanos provenientes de varios de lugares de Colombia como la Sierra nevada, tejedoras de Santander y diversas culturas indígena, al igual que pueden provenir de fuera de ella, como artesanos del mundo, que, a través de sus habilidades manuales, tejen y moldean recursos de nuestra tierra y poder manifestarlo en esta ciudad de cemento, también encontramos personajes que buscan representarnos de diversas maneras como patrimonio cultural y artístico través de la música, bailes, atuendos, pinturas, juegos de mesa, para así subsistir. Son personas que su recurso principal para vivir es su cuerpo, así que ofrecen un lenguaje de sensibilidad frente a lo que podemos hacer con él, con productos para decorar nuestro cuerpo dándoles otro significado que no es la producción masiva de indumentaria, enseñándonos tejidos que según su tipo de tejido tiene un significado diferente, etc. Son lenguajes artesanales, que buscan pintar la calle de armonía, color, arte, cultura y calor humano.



**Figura 8:** Artistas callejeros. Fuente: Laura Flores

- **Consumidores/transeúntes:**

Esta categoría nos abarca a todos, incluso a las otras categorías. Todos hablamos un mismo lenguaje que se tergiversa, se entrelaza, se interpreta, se concluye, se observa, se escucha, se ve y se siente, no podemos ignorar que nos atraviesan las circunstancias en las que nos encontramos y las que decidimos andar, el sin cesar de información de todo tipo que constantemente percibimos. En ésta encontramos estéticas ligadas a la espontaneidad, a las infinitas de posibilidades de cruzar nuestras miradas entre los unos con los otros y encontrarnos con reflejos de unos a otros, aquí se puede hablar sobre la cultura popular porque en este espacio podemos identificar que ocurre en el mundo, que tendencias se están llevando a cabo en el momento y como apropiarnos o darle sentido de acuerdo a la construcción de nuestra identidad, oficios y deberes. Es interesante como en esta ciudad se encuentra un remix visual a través de la ropa, hay tantas identidades que no hay ninguna específica, a comparación de poblaciones mucho más pequeñas, es por esto que Bogotá es como la ciudad de todos y de nadie.

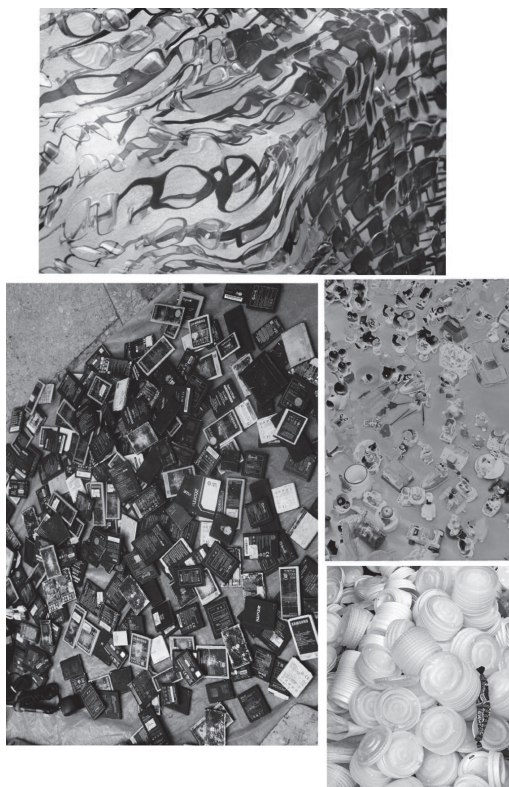


**Figura 9:** Transeúntes. Fuente: Laura Flores

- **El objeto en relación orden/desorden:**

Las maneras en que decodificamos el mundo terminan siendo solo relaciones y significados que les damos a las cosas para encontrarnos en un océano de transformables interpretaciones y asociaciones. Cada vendedor de la séptima tiene un espacio para trabajar y entre ese espacio, cada cosa que requiere para vender y vende, necesitan un espacio, y todas estas cosas al ser agrupadas hace que las personas encuentren algún orden entre todo el desorden y la diversidad, se encuentran patrones repetitivos y este es el lenguaje visual de esta categoría, patrones que parecen ser un tejido que nos atraviesa o que atravesamos, siendo estos pequeños artículos y cada uno de nosotros las fibras de él, quienes entretejemos, por medio de colores, materiales, texturas, sensaciones y hasta historias.

Nos enseña de maneras literales como somos la suma y el resultado de la historia de la humanidad, que ninguna autentica idea es individual, de lo que nos sucede y cómo lo transformamos en rastros, de cómo vivimos en ruinas y ambiciones masivas, donde las cosas que consideramos más personales, son las más universales, al fin y al cabo, las personas solo van llenando vacíos en el tiempo, en el espacio, en su imaginario.



**Figura 10:** Orden /desorden. Fuente: Laura Flores.

- **Lo “decadente” /callejero:**

Las calles son el principal componente de lo urbano así que al observarlas podemos encontrar una infinidad de estéticas que se caracterizan por lo grotesco, sucio, ordinario, descompuesto, etc. La séptima a pesar de ser un lugar lleno de color y vida también es, como todos los espacios públicos donde llegan miles de personas al día y dejan toda su basura, un lugar con una imagen decadente, más en una ciudad que como se ha mencionado anteriormente la pobreza y la desigualdad económica prevalecen, donde no hay tanto sentido de pertenencia por estos espacios y no hay la cultura de la gente de ser conscientes de sus desechos. Este es el mundo donde nada es basura, cuando de ponerle un precio y sobrevivir se trata, se encuentran objetos que ofrecen vendedores por las monedas que sean, que son objetos en estados muy precarios de todo tipo, es muy importante esta categoría ya que de alguna manera esa sensación de lo callejero y lo decadente se percibe siempre, en cualquier lugar, inevitablemente y de alguna manera narran realidades de todos, desde los más pobres hasta los más ricos.

## **Hibridación artística de las calles sobre el textil**

Es la exploración vivencial parte fundamental del desarrollo innovador y creativo que permite encontrar necesidades y volverlas tendencia; por ello, la moda y quienes están detrás de ella son de las voces más poderosas del futuro gracias a que plantean desde un estereotipo o modo de vestuario, las relaciones sociales que surgen de forma natural, pero con adiciones y mezclas derivadas de la historicidad de la humanidad y el comportamiento sociológico en general, hacen intervenciones culturales y estilísticas significativas, porque trascienden a la vida de todos sea cual sea el contexto.

Sin embargo, al reconocer que el futuro es ahora, hay que detenerse un segundo a cuestionarse lo que se tiene enfrente, entre todo el incesante flujo e intercambio cultural evidenciado en todo el mundo y que hace que las sociedades estén comprendidas por la suma y el resultado de nuevas transformaciones que no nacen por sí solas, ni son del todo auténticas, nacen de reconocernos como un remezcla, que reconocer se lee al derecho y al revés. Bogotá, específicamente la carrera séptima al ser un epicentro de sucesos, sensaciones e infinitas manifestaciones, permite identificar el conglomerado cultural que nutre la moda a partir de las descripciones y el uso vestimentario de la vida cotidiana. De acuerdo con Asqueta Corbellini, M. (2017), quien estudia la carrera séptima desde la dinámica capital conformada por la multidimensional, la multitudinal, y la multicultural que finalmente reúne identidades colombianas y extranjeras, define este, un punto clave de la ciudad que reúne expresiones artísticas derivadas del mundo urbano contemporáneo, que además embellece y contrasta las realidades y vivencias por medio de la moda.

Es un contexto con un potencial de inspiración para lo que sea, Bogotá es como una pasarela de modas, que a través de una curaduría y reproducción estilística diferente se busca proponer una mayor influencia para quienes buscan innovar en tendencias. En esta industria el 50% de la moda se vende por cómo se exhibe y se comunica un producto al

consumidor, y el otro 50% es el indumento como tal. Como consumidores, estamos en constante cambio, llenos de esperanza, buscamos experiencias externas trascendentales desde lo emocional, lo físico, lo tangible y lo mental, buscamos darnos un posicionamiento en la sociedad, y más allá de terminar cumpliendo una necesidad de primera mano de proteger el cuerpo, termina primando la expresión de sí mismo a través de su imagen.

Allí, las manifestaciones culturales vienen de la mano con las necesidades económicas y sociales que se manifiestan en términos de rebeldía, protesta, expresión e integración de moda que busca ser disruptiva con estándares sociales, que reinterpretar estereotipos en asuntos como el género y connotaciones del cuerpo, como qué se exhibe y qué se oculta, técnicas textiles que proporcionan nuevas connotaciones de lo sucio, lo desgastado o la pobreza, también la réplica que de alguna manera es el poder apropiarse de marcas de difícil accesibilidad en presupuesto económico, para la cultura popular, convirtiendo la cotidianidad en un escenario cultural diverso que arrojan al individuo a tener una gama de tendencias que no siempre están concretamente ligadas a un algún estereotipo.

De igual manera, al ser la calle un componente clave de lo urbano, los vendedores ambulantes en la carrera séptima son fuente especial de nichos urbanos que permiten analizar y pensar lo encontrado en el entorno como una expresión filosófica de la moda, que llega a la vida de las personas de una forma natural, sin intencionalidad, netamente con un sentido estético sino un poco más asociada a aspectos sociales en general, a la espontaneidad. Esa espontaneidad, naturalidad del contexto, esa estética imprégnate e inmersiva que se experimenta al hacer un séptimazo, es aquella que se toma y busca interpretarse como un arte, elementos en cuanto a color, textura, forma, simbología que Armando Silva (2006) los definiría como nichos estéticos, manifestaciones no propiamente artísticas ni pensadas como arte, sino que moldean y le dan forma a la vida urbana. Esto es fundamental para considerar algo como arte, más en el pensamiento de arte contemporáneo, porque si el arte fuera un asunto solo de gustos y opinión y no un medio para la verdad o sentido con el que se crea, se ignora el hecho de que nuestro mundo está forjado por regímenes, corporaciones, estados, etc, que repercuten en todo orden social y no nos podemos eximir de ello o actuar como que no tiene peso en quien crea. Crear implica una responsabilidad personal pero más allá de eso, una responsabilidad social, porque por algo se exterioriza, se materializa, se convierte en instrumento de comunicación, porque debe venir desde otros y para otros, es un medio de visibilización sobre qué pasa en el mundo.

Considero este contexto y proceso de investigación una transformación de arte, porque el hacer foto, es como hacer un lienzo, pero de manera automática, se escoge lo que queda dentro y fuera de él.

Muchas de aquellas cosas capturadas son ideas de otros, el arte de otro, el gusto de otro, el imaginario de otro, la interpretación de otro, su voz, su sentir, es el arte de lo callejero y de lo espontáneo, de lo que a veces no parece tener pretensión pero termina pretendiendo miles de interpretaciones., se pasó a intervenir en aquellos registros, a interactuar, tanto en el contexto real como en el contexto digital de edición y tomar todo aquello para convertirlo en nuevas piezas con un nuevo sentido, en textiles sublimados con una apropiación del contexto donde he crecido toda mi vida y no puedo ignorar la magnitud de influencia que ha tenido en lo que soy, son piezas creadas en homenaje a los vendedores ambulantes y la cultura popular de la carrera séptima peatonal de Bogotá.

- *“Vendedor es quien genera una necesidad del producto, el arte es ofrecer una exclusividad creativa, muchos aquí en la calle somos artistas”*- Pablo, ilustrador de la séptima, 15 de octubre, 2021.
- *“Esta calle es una selva de cemento, pero lo que la hace mágica, es lo que otros hacen, lo que otros son, cada uno de nosotros hacemos magia”*. -Stiven, mimo en la séptima, 30 de Agosto, 2021
- *“Las dos desgracias de un país son la religión y la política, nos llenan de fe donde no la hay”*.
- *Carlitos, vendedor ambulante hace 40 años de la séptima, 20 de septiembre 2021.*
- *“Sin vendedores nadie saldría a la séptima, somos un país con hambre”*-Ramiro, vendedor ambulante, hace 20 años de la séptima, 20 de septiembre, 2021.
- *“Este lugar lo definiría como un estafadero, desordenado e injusto”*. -Carmen, vendedora de dulces, 3 de septiembre, 2021.
- *“Es un nidito de pobreza y lucha”*
- *“Yo trabajo con las uñas”*-Olga Sambrano, vendedora ambulante de la séptima hace 61 años, 6 de octubre, 2021.
- *“Este lugar es el patio de un manicomio”*. -Ronald, artista y vendedor informal, 26 de septiembre, 2021
- *“Aquí todo se ve sobresaturado, como en sobreabundancia, pero también estamos divididos, cada quien defiende su espacio, hay leyes de poder que se hacen en la misma calle”*. -Wilmer, vendedor hace 15 años de la séptima, 20 de septiembre, 2021.
- *“Somos las máscaras que nos ponemos para salir a este carnaval”*. -Ronald, artista y vendedor informal, 26 de septiembre, 2021.

En el acercamiento con los vendedores ambulantes de la carrera séptima, permitió identificar por un lado la percepción de ciudad desde un panorama enriquecedor, llamativo, diferente, consolidado por múltiples personalidades que finalmente se reúnen para conformar grupos sociales y relaciones comunicativas y comportamentales que muestran una dinámica social urbanizada, pero con pinceladas de arraigos culturales familiares, cálidos y protectores que hacen posible una experiencia nutrida.

*“A pesar de tanta indigencia y pobreza, es un lugar alegre y eso lo hace un lugar inspirador, echado pá lante”*. - Junior, venezolano, vendedor ambulante hace 4 años, 23 de septiembre 2021.

La aplicación de las imágenes y su intervención con propiedades de saturación, licuado, distorción, entre otros se aplican en textiles para mostrar de manera literal, esos patrones visuales en tejidos, se realizó con método de estampación de sublimación, los textiles utilizados fueron, satín, mallatex, antifuído y organza, cada uno mide 1m x 1,50m.





Figura 11: Remix sobre satín. Fuente: Laura Flores



Figura 12: Remix sobre tul. Fuente: Laura Flores

## Conclusiones

El imaginario de la carrera Séptima en la ciudad de Bogotá, es un remix de experiencias de vida cotidiana en lo urbano y popular de los habitantes. Atrás queda el recuerdo de las élites, se reconfigura a la realidad, hoy de forma directa se hizo una representación de este imaginario, pero es una tendencia social precaria y popular la que se habita, imagina y representa la carrera séptima.

La situación socioeconómica y cultural es representada en la estética e imagen diaria de la Séptima, que de forma objetiva se empieza a desenvolver detrás de las relaciones sociales y el comportamiento humano que se desarrolla tras vivencias que impactan y trascienden en la vida de cada quien, este es un mundo imaginario y real de sobrevivencia mediante el remix cultural y social, donde nada es basura, todo puede tener un precio, cuando de sobrevivir se trata.

Este imaginario de la Séptima se presenta como un lugar diverso por lo que cada quien hace, y la influencia de esto en los otros, ya que lo que atrae a las personas, son las personas.

Es un mundo de diversas identidades y personalidades que finalmente se reconoce como un conglomerado cultural y una pasarela de modas que enriquece las relaciones sociales y un devenir en un mundo ahogado en tendencias, estereotipos y delimitados a lo largo de su historia.

Se construyó un catálogo de imágenes que es reflejo o espejismo de los unos a los otros, y es por esto que el coolhunting va un poco más allá de solo observar personas, no se trata solo de una narrativa estética, sino una de la gente y con ella, de las huellas y ecos que dejan, crean, cuentan y organizan las sociedades.

Desde un análisis sociológico y filosófico se puede entender cómo se reflejan componentes que no llegan a estar asociados directamente con la superficialidad de la estética, al contrario se van a la profundidad de la imagen como identidad, de la comunicación, la interpretación y la percepción, de lo social, la experiencia del cuerpo y de la mente, una reunión de escenarios asociados como connotaciones que muestran una naturaleza que ha compuesto la misma sociedad. En esta naturaleza cultural, existen los imaginarios como diría Armando Silva, de definir ambiciones o sobre todo creencias, lo convertimos en algo masivo, para que sea nuestra realidad, no tan solo un imaginario.

Lo intangible del humano busca hacerlo tangible y preceder en el tiempo a través de su cuerpo, que es lo más real que se tiene, así es como la moda termina siendo una transformación creativa del cuerpo, respalda un personaje y su personalidad e interpretarlo desde la perspectiva semiótica es aquello que hace los espacios públicos y específicamente la carrera séptima sea una trama social sobre pasarela urbana, espacio para mostrarse y ser observador, para entrelazarnos, para hablar un lenguaje que todos hablamos, todos interpretamos y constantemente reinventamos. Todos terminados tejidos con todos, pero cada quien construye su nudo.



## Notas

1. Según el IPES (2016), vendedor ambulante se le define a quien vende bienes, mercancías y servicios en espacios públicos, se opera en las calles y se vende de todo; son un componente integral de vital importancia para los países y sus economías, es una labor que se ha dado hace cientos de años y es considerado patrimonio histórico y cultural alrededor del mundo.
2. Según Armando Silva( 1992) los imaginarios son percepciones sociales/personalidades colectivas relacionadas desde su lógica, estética y los modos de ver el mundo desde lo afectivo con lo cognitivo.

## Referencias bibliográficas

- Asqueta Corbellini, M. (2017). “Personalidad e identidad; cuerpo y estética. el septimazo, la presentación de la moda en la pasarela urbana”. en CALLE 14: *Revista De Investigación En El Campo Del Arte*, 11(20), 96. doi:10.14483/udistrital.jour.c14.2016.3.a07
- Blumer, Herbert (1969) “Symbolic Interaction: Perspective and Method” Englewood Cliffs N.J:Prentice Hall.
- Gil Martil, V. (2009). *Coolhunting: el arte y la ciencia de descifrar tendencias*, Barcelona: Empresa Activa., pp. 14.
- Gorelik, A. (2002). “Imaginarios urbanos e imaginación urbana: Para un recorrido por los lugares comunes de los estudios culturales urbanos EURE”, vol. XXVIII, núm. 83, Pontificia Universidad Católica de Chile Santiago, Chile.
- Gutierrez, M. (2011) “Metodo” de investigacion etnográfica: observación participante, Universidad del Externado.
- Lengyel, Z & Peña B. (2020). Círculo hermenéutico en comprensión: Sobre un vínculo original entre hermenéutica y lógica en el diálogo Heidegger-Gadamer. *Andamios*, 17(43), 117-136. Epub 27 de septiembre de 2021. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i43.767>
- Martinez, D. (2019) “Metodologías de análisis de imagen” Teoria de la imagen móvil y fija, Diseño visual, Unipanamericana. [https://www.youtube.com/watch?v=y1fU188\\_kI0&t=73s](https://www.youtube.com/watch?v=y1fU188_kI0&t=73s)
- Malinowski. B (1948) Una teoría científica de la cultura, Buenos Aires, Sudamérica
- Patiño Hormaza; O. (2014), Observaciones de ciudad, carrera séptima un recorrido por la historia y la cultura, Alcaldía Mayor, Bogotá Humana. Jefe Oficina de Observatorio de Culturas.
- Riveros Tovar, P. (2013). *Coolhunting y tendencias*. Bogotá. 1ª. Ed. Ediciones de la U., pp. 152.
- Silva, A. (2006). *Imaginarios urbanos: cultura y comunicación urbana*. Bogotá: Mundo Editores.

La República. (2021). Más de 21 millones de personas viven en la pobreza y 7,4 millones en pobreza extrema.

IPES (Instituto para la Economía Social). (2016). Caracterización vendedores informales en Bogotá.

### Entrevistas citadas

Adolfo Páez, vendedor ambulante hace más de 40 años, ubicado en la séptima hace 17 años, 6:45pm. Bogotá, Colombia.

Carlitos, vendedor ambulante hace 40 años de la séptima, 20 de septiembre de 2021, 4:15pm. Bogotá, Colombia.

Junior, venezolano, vendedor ambulante hace 4 años, 23 de septiembre de 2021, 2:50pm. Bogotá, Colombia.

Olga Sambrano, vendedora ambulante de la séptima hace 61 años, 3:30pm. Bogotá, Colombia.

Ramiro, vendedor ambulante hace 10 años, 18 de septiembre de 2021, 2:10pm. Bogotá, Colombia.

Ronaldo, vendedor informal de la séptima hace 15 años, 18 de septiembre de 2021, 5:40pm. Bogotá, Colombia.

Pablo, venezolano, vendedor ambulante e ilustrador de la séptima, 15 de octubre, 2021. 7:00pm. Bogotá, Colombia.

Stiven, mimo de la séptima, 30 de Agosto, 2021. 11:20am. Bogotá, Colombia.

Carmen, vendedora de dulces hace 39 años, 3 de septiembre, 2021. 6:15pm. Bogotá, Colombia.

---

**Abstract:** This article deals with a reflection on The Weft of the Fabric, a research project with a qualitative/interpretative approach in which, through photography, voices, stories and traces of the Seventh Avenue of Bogotá were collected to create a narrative of the space as a communicative, cultural and artistic epicenter of the city.

In this research, it was found how people decode the world from their imaginaries, creating a visual remix that builds an economic, aesthetic, political and cultural discourse that allows subordinate and resistant contemporary voices to be heard.

**Key words:** Culture - popular aesthetics - dress - imaginaries - Seventh Avenue.

**Resumo:** Este artigo aborda a reflexão sobre o estudo La Trama del Tejido, um projeto de pesquisa com uma abordagem interpretativa qualitativa que através da fotografia coletou vozes, histórias e traços da sétima rua de Bogotá fazendo uma narrativa do espaço como epicentro comunicativo, cultural e artístico da cidade. Esta pesquisa descobriu como as pessoas decodificam o mundo a partir de seus imaginários, criando um remix visual que

constrói um discurso econômico, estético, político e cultural que nos permite ouvir vozes contemporâneas subalternas e resistentes.

**Palavras chave:** Cultura - estética popular - vestuário - imaginários - sétima carrera.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por su autor]

---