

Acercarse para Alumbrar:

Socialización de Exploraciones Plásticas y no Plásticas como Campo de Investigación

Andrea Payán Cerón

Código: 10020172009

Proyecto de investigación creación investigación básico para optar por el título de Maestra de

Artes Plásticas

Director:

Jorge Espinoza Cáceres



Instituto Departamental de Bellas Artes

Facultad de Artes Plásticas

Artes Plásticas

Santiago de Cali

12 de septiembre de 2023

Notas de la Autora

Quiero expresar mis profundos agradecimientos a todxs lxs agentes y agencias de las Artes Plásticas que aceptaron participar de este proyecto, a la Facultad de Artes Visuales y Aplicadas de Bellas Artes Cali por patrocinar una de las exploraciones de la fase II, a mi asesor de trabajo de grado por su disposición y entrega, a mi familia y a mi pareja por su apoyo incondicional, y a mí por creer en mi capacidad de darle al proyecto lo que iba pidiendo sin importar el reto que representase.

Gracias <3

En caso de querer enviar un mensaje relacionado al proyecto se puede mandar a la siguiente cuenta de Instagram:

@_r_e_d_____¹

¹ 6 rayas al piso :)

² Como pagos inferiores a las tarifas locales, contratos verbales ambiguos, entre otras.

Contenido

Resumen.....	5
Capítulo I: Acerca del proyecto.....	6
1. Planteamiento del Problema.....	6
a. Pregunta Problema.....	6
2. Justificación.....	6
3. Objetivos.....	8
a. General.....	8
b. Específicos.....	8
4. Metodología.....	9
a. Fase I: Investigación.....	9
b. Fase II: Exploración.....	10
c. Fase III: Acercamiento a la Plástica Investigativa.....	11
d. Consideraciones Finales.....	11
5. Marco Conceptual.....	12
a. Artes Plásticas.....	12
b. Campo Laboral de las Artes Plásticas.....	15
c. Agentes y Agencias de las Artes Plásticas.....	16
Capítulo II: Investigación.....	18
1. Preproducción.....	18
a. Población y Muestra.....	18
b. Diseño de Instrumentos.....	19
2. Producción.....	21
a. Gestión de Contactos y Cartas.....	21
b. Ejecución de Instrumentos.....	22
3. Postproducción.....	24
a. Datos Levantados.....	25
b. Interpretación de Datos.....	38
Capítulo III: Exploración.....	43
1. R-E-D.....	43
a. Pasos del Proceso de Creación.....	44
b. Observaciones.....	45
2. Tarjeta en Blanco.....	47
a. Pasos del Proceso de Creación.....	48

b. Observaciones.....	52
Capítulo IV: Acercamiento a la Plástica Investigativa.....	55
1. Acercarse para alumbrar.....	56
a. Pasos del Proceso de Creación.....	56
b. Observaciones.....	67
Capítulo V: Consideraciones Finales.....	71
Referencias Bibliográficas.....	75
Lista de Figuras.....	77
Anexos.....	79

Resumen

Este proyecto nace con el objetivo de fortalecer la conexión que tienen lxs agentes en formación y graduadxs de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, con el campo laboral de esta disciplina a nivel local a partir de tres fases, una investigativa y dos exploratorias. Estas sirvieron para identificar las principales características de los vínculos laborales de lxs agentes, y encontrar maneras de responder a las necesidades encontradas, logrando cumplir el objetivo principal y además servir como medio de recolección de datos.

Palabras Claves: artes plásticas, investigación, campo laboral, agentes, agencias

Capítulo I: Acerca del Proyecto

1. Planteamiento del Problema

En la actualidad alrededor de un 80% de agentes en formación y graduados de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali experimentan la falta de información con temas laborales de esta profesión durante y después del periodo académico, según reporta un estudio sobre el tema realizado en la fase investigativa del presente proyecto. Dicho estudio arrojó que no contar con información laboral, como cuánto se cobra por honorarios a nivel local por cada actividad, las diferentes modalidades de contratación, o las diversas maneras de trabajar en las Artes Plásticas, ocasiona que al momento de enfrentarse al campo laboral, se naturalicen condiciones precarias² o inclusive se considere el abandono de la profesión, entre otras consecuencias más. Evidenciando así la importancia y urgencia de fortalecer las conexiones que establecen dichos agentes con temas laborales.

a. *Pregunta Problema*

Teniendo en cuenta lo anterior, la pregunta guía de este proyecto es ¿cómo fortalecer la conexión que tienen los agentes en formación y agentes graduados de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali con el campo laboral de esta profesión a nivel local?

2. Justificación

La falta de información sobre temas laborales es la problemática a abordar en este espacio, sin embargo el proyecto inició con otras intenciones. En las primeras experiencias laborales como montajista y otros trabajos, la observación de ciertas dinámicas dentro de este campo, como por ejemplo, términos de contrataciones ambiguos, donde los horarios se excedían a la jornada laboral, se demoraban con los pagos, se cumplían funciones fuera de los deberes del cargo, y la naturalidad

² Como pagos inferiores a las tarifas locales, contratos verbales ambiguos, entre otras.

con que lxs trabajadorxs asumían esta situación a pesar de la molestia que sentían, fue el punto de partida del proyecto. Así, por medio de este trabajo de grado se quería aportar a mejorar las condiciones del campo laboral de las Artes Plásticas local, y a pesar del desconocimiento del tema y de los medios para abordarlo, se fue gestando la primera fase del proyecto.

Durante el periodo de análisis e interpretación de datos de dicha fase que fue una investigación mixta sobre las características principales de los vínculos laborales dentro del campo, se identificó que atender la falta de información laboral tenía cierta prioridad y pertinencia ya que dicha desconexión reportó estar asociada con la precariedad del campo y la de sus agentes. Sumado a ello un 42% de agentes en formación de Artes Plásticas de Bellas Artes mencionó tener interés y necesidad por conocer más acerca del campo laboral, al igual que algunxs graduadxs entrevistadxs en la segunda fase del proyecto, mencionando un deseo por haber obtenido información durante el periodo de formación enmarcado dentro del actual plan de estudios. Y con base en esta y otras observaciones de la investigación, nació la segunda fase que se pregunta por maneras de abordar dicha situación en el contexto actual y dirigido específicamente a agentes en formación y graduadxs de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, que fueron quienes hicieron parte de la investigación de la primera fase.

Durante el periodo de la indagación de bibliografía y búsqueda de referentes, se encontró también que esta inquietud es una sutil intriga que subyace en las realidades de muchxs agentes. En Colombia ha sido abordado desde diferentes miradas y medios como ensayos, opiniones en periódicos, seminarios, simposios y propuestas plásticas. Por ejemplo, el ensayo ¿De qué vive un artista? (Ospina, 2010), el artículo llamado Como viven los artistas (Drezner, 2022), el seminario Modus Operandi (2014) enmarcado en la universidad de Los Andes en Bogotá a cargo de Jaime Iregui, o el Primer simposio de Profesionales e Informales en Artes Plásticas y Visuales (2010) llevado a cabo por el colectivo Helena Producciones en la ciudad de Popayán. Y desde la plástica proyectos locales como Con ánimo de lucro (2018) de Brain Canizales, y Movimiento Ilusorio (2018) de Ivonne Restrepo, entre otros. Todos estos proyectos, abordan algunas temáticas del campo laboral de las

Artes Plásticas desde sus propios intereses puntuales a partir de los que desarrollaron sus producciones, sin embargo, naturalmente las intenciones de este espacio son diferentes y por ende, su formalización.

3. Objetivos

Durante el desarrollo del proyecto, las intenciones se fueron ajustando a las sugerencias del mismo proceso, quedando de la siguiente manera:

a. Objetivo General

Fortalecer la conexión que tienen lxs agentes en formación y agentes graduadxs entre el 2015 y 2021 de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, con el campo laboral de esta profesión a nivel local.

b. Objetivos Específicos

1. Identificar las principales características de los vínculos laborales dentro del campo de las Artes Plásticas local a través de una investigación mixta convergente. (Fase I)
2. Socializar los contenidos laborales más pertinentes de la investigación con agentes en formación y graduadxs de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali a través del medio más usado por ellxs para difundir temas laborales. (Fase II: R-E-D)
3. Fortalecer los vínculos entre Bellas Artes Cali y sus agentes en formación y agentes graduados de Artes Plásticas a partir de entrevistas participativas a graduadxs de la misma institución y programa académico. (Fase II: Tarjeta en Blanco)
4. Plantear una invitación a reflexionar sobre la percepción de precariedad laboral que cada agente participante tiene con el campo laboral, por medio de una instalación participativa que usa la luz y el color como elemento reflexivo. (Fase III: Acercarse para Alumbrar)

4. Metodología

El proyecto partió de la primera fase (investigación), en la que se abordó el primer objetivo específico. Con base en las necesidades puntuales identificadas ahí, se construyó el rumbo de la fase dos (exploración), en la que se abordaron los tres objetivos específicos restantes, donde el primero sugirió el segundo, y estos dos sugirieron el tercero.

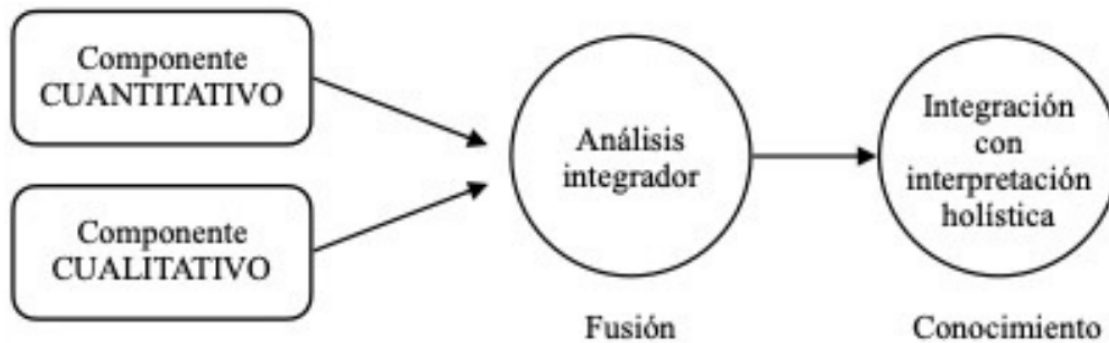
a. Fase I: Investigación

En el campo investigativo, hay diferentes enfoques metodológicos a través de los que se puede abordar un problema, y la escogencia de ellos depende de los intereses que se tengan sobre este y sus características, entre otros aspectos. Según menciona Sampieri, Fernández y Baptista en su libro *Metodología de la investigación* 5ta edición (2010), existen tres enfoques básicos: el cuantitativo, el cualitativo y el mixto. Donde el primero usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (2010, p.4), el segundo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (2010, p.7), y el tercero tiene como meta no reemplazar a los anteriores, sino utilizar las fortalezas de ambos, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (2010, p.532).

Para abordar el objetivo de esta fase, se escogió el método mixto con un enfoque convergente, que consiste en la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos al mismo tiempo a través de diferentes estrategias, donde se procesan los datos de forma independiente, para luego compararlos en el análisis, e integrarlos en su interpretación, ayudando así a buscar puntos de convergencia, contradicciones o complementariedades en los hallazgos.

Figura 1

Diseño mixto convergente



Fuente: *Diseños Mixtos Convergentes* [Gráfico], S. Bagur, M. Rosselló, B. Paz, S. Verger, 2021, RELIEVE. Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Este tipo de métodos aportan a las investigaciones *contexto, diversidad, y utilidad* porque el complemento de los datos levantados cuantitativamente y cualitativamente potencian la utilidad de la información, ayudando a brindar un panorama más rico a nivel de contexto y diversidad, y aportar metodológicamente a otros análisis sobre el tema a nivel local, según menciona Sampieri en su libro de la Metodología de la investigación 5ta edición (2010).

Su ejecución total tuvo una duración aproximada de 1 año que abarcó de abril 2022 a abril del 2023 y el desarrollo de esta se dio de la siguiente manera:

- **Preproducción:** Construcción de mapa conceptual, revisión de literatura, planteamiento del problema, definición de método de investigación, población y muestra y diseño de instrumentos mixtos.
- **Producción:** Gestión de bases de datos y cartas de recomendación, ejecución de estrategia de difusión de los instrumentos de recolección de datos y recolección de datos cuantitativos y cualitativos de manera simultánea en todas las muestras.
- **Postproducción:** Análisis e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos de cada muestra. Contraste de datos de las muestras.³ Interpretación de los análisis contrastando diferentes variables y categorías bajo temas de análisis arrojados por las mismas.

b. Fase II: Exploración

En esta fase de exploración, se buscó crear metodologías para fortalecer la conexión entre los agentes con información respecto al campo laboral, y a su vez, posibilitar la recolección de otro tipo de datos.

³ Los resultados definitivos no se vislumbraron hasta el final, aunque hubo resultados parciales.

Para lo cual, se tuvo en cuenta algunos elementos representativos de la estética racional planteados por Nicolas Bourriaud, en su libro llamado Estética Relacional (2002). Según el autor, el arte es una experiencia que se construye a través de las relaciones y encuentros entre las personas, donde los artistas en lugar de producir únicamente objetos, crean situaciones o contextos que generan diálogos entre los participantes (Bourriaud, 2022). Por ello, se identificó su posible utilidad para el planteamiento de las exploraciones de esta fase.

El proceso de desarrollo de las 2 propuestas dentro de esta fase, tuvo una duración aproximada de 7 meses que abarcó de enero a julio del 2023 y se dio de la siguiente manera:

- **Preproducción:** Planteamiento inicial de las propuestas a partir de las necesidades identificadas en la fase 1, revisión de referentes formales y teóricos, exploraciones plásticas, concreción de las mismas y gestión de alianzas pertinentes.
- **Producción:** Ejecución de la estrategia de difusión de las propuestas, y ejecución de las propuestas en sí.
- **Postproducción:** Redacción de las observaciones.

c. Fase III: Acercamiento a la Plástica Investigativa

Esta tercera fase fue producto de la anterior en el sentido que en un inicio fue una más de las exploraciones, sin embargo durante su desarrollo se fue evidenciando algunos elementos distintivos a las anteriores, aspectos que se explicarán en más detalle en el capítulo IV. Aunque se separó en una fase diferente, se siguió la misma metodología.

El proceso de desarrollo de esta fase, tuvo una duración aproximada de 4 meses que abarcó de junio a septiembre del 2023.

d. Consideraciones finales

Para la redacción de las consideraciones finales, se volvió a la pregunta problema, y se hicieron las observaciones pertinentes para cada fase del proyecto en relación a la anterior. Luego, se hizo una observación final de la totalidad del proceso y algunos aspectos por mejorar y profundizar.

Para la redacción de este capítulo se tuvieron en cuenta los siguientes pasos:

- Volver a la pregunta problema.
- Pensar cómo se podría responder a esa pregunta teniendo en cuenta el desarrollo del proyecto.
- Evaluar los resultados obtenidos.
- Elaborar un esquema que sintetice la información obtenida durante el proceso.
- Con base en lo anterior, redactar las conclusiones del proyecto a grandes rasgos.

5. Marco Conceptual

A continuación se abordarán los conceptos más importantes dentro del proyecto, como el de *Artes Plásticas* desde las perspectivas de Bourriaud, Camnitzer, y Sholette, *Campo laboral de las Artes Plásticas* desde la perspectiva de Bourdieu, y por último el de *Agencias y Agentes de las Artes Plásticas* desde la perspectiva de Bandura y Weber.

a. *Artes Plásticas*

Para empezar, qué son las Artes Plásticas... es una pregunta muy compleja debido a la multiplicidad de respuestas que puede tener y tiene, ya sea que estén publicadas o no. Sin embargo, en este proyecto se abordará a partir de la perspectiva de Nicolas Bourriaud, Luis Camnitzer⁴ y George Sholette.

Siguiendo el hilo de lo mencionado respecto a la estética relacional en el apartado de metodología, según Bourriaud, las Artes Plásticas se definen por su enfoque relacional y su énfasis en las interacciones sociales, ya que concibe el arte como un medio para generar experiencias compartidas y promover la participación activa del público, valorando no solo su aspecto visual o material, sino su capacidad para establecer relaciones, generar diálogos y desafiar las estructuras convencionales de la experiencia artística.

El arte es esa forma de aprendizaje autónomo que nos lleva a lugares del conocimiento que antes no habíamos explorado (Camnitzer, como se citó en De Pascual y Lanau, 2018).

⁴Artista y teórico uruguayo.

En el libro, *El arte es una forma de hacer (no una cosa que se hace)* (De Pascual y Lanau, 2018) se cita a Camnitzer, cuando menciona que el arte es una manera de hacer que ayuda a dilucidar áreas del conocimiento, ya que por sí misma, como lo dice la cita, es una manera de aprender y de relacionarse con el mundo. Sin embargo, cargada esta noción de arte con el peso del objeto se tiende a confundir con el objeto artístico en sí. (p. 33).

Con lo anterior se tiene entonces que las Artes Plásticas son una práctica que se da en la medida que se generan situaciones o espacio de que promueven experiencias compartidas a partir de la participación activa del público, ya sea desde su diálogo externo o interno con el medio planteado, proceso en el cual, se va adquiriendo un conocimiento nuevo entorno a la manera de relacionarse a sí mismx con el mundo, y con el entorno.

Sholette, en su escrito *Materia Oscura (Dark Matter)* (2011), menciona la importancia de los espacios alternativos y marginales, donde las prácticas artísticas (activistas) y las voces críticas prosperan a pesar de no pertenecer a la esfera pública. Dejando a modo de reflexión, que las prácticas enmarcadas bajo el contexto de las Artes Plásticas definidas anteriormente, que no hacen parte de los sistemas artísticos dominantes, no dejan de ser arte y no dejan de proponer micro utopías, como diría Bourriaud (2002), refiriéndose a las pequeñas formas de organización social y los espacios temporales de libertad y experimentación que se crean en las obras.

Como ejemplo de lo anterior, se trae a contexto el *Banco de Tiempo (Time Bank)*, una obra presentada en la Documenta de Kassel en 2012 por e-flux: Julieta Aranda (Ciudad de Méjico 1975) y Anton Vidokle (Moscú 1965). Esta es una propuesta que nace de una idea que data desde 1827 cuando Josiah Warren (anarquista norteamericano) montó una *Tienda de Tiempo* en Cincinnati, idea que ha sido trabajada por distintxs agentes enmarcadxs en diferentes contexto a lo largo del tiempo, y que desde el 2009 se enmarca dentro del movimiento e-fluxus fusionando el arte y la economía alternativa (e.fluxus, s.f.). En esta instalación, se establece un banco del tiempo donde los visitantes pueden intercambiar y compartir habilidades, conocimientos y experiencias en lugar de utilizar

dinero, convirtiéndose en un espacio para el intercambio de servicios no monetarios, lo que fomenta la colaboración y la solidaridad entre los participantes.

Figura 2

Time/Bank, e-flux: Julieta Aranda (Ciudad de Méjico 1975) y Anton Vidokle (Moscú 1965), 2012



Fuente: *Time/Bank*, Haupt & Binder, 2012, Universes Art (<https://universes.art/es/documenta/2012/photo-tour/karlsaue/07-timebank>). Copyright.

La obra cuestiona y desafía el sistema económico convencional basado en el dinero y propone una forma de interacción y valoración de las habilidades humanas fuera de la lógica monetaria, invitando a reflexionar sobre la naturaleza del trabajo, el valor de las habilidades y la importancia de las relaciones sociales en una sociedad basada en la economía de mercado.

También es una intervención que invita al público a considerar alternativas diferentes al sistema económico dominante, destacando la importancia de la colaboración, el intercambio y la construcción comunitaria, promoviendo así una forma más equitativa y solidaria de relacionarse en la sociedad, aspecto relacionado con la definición de arte en este texto.

b. Campo Laboral de las Artes Plásticas

Al mismo tiempo, esta noción de arte mencionada en el apartado anterior, al igual que muchas otras, se enmarcan dentro de un campo disciplinario. Bourdieu en su ensayo Campo del poder, campo intelectual (1981) lo define como espacios que se estructuran con base en diferentes puestos, cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios, y tienen como ley general una lucha entre pretendientes a entrar al campo que tratan de romper las barreras para lograr su cometido y dominantes del mismo que defienden su monopolio excluyendo a la competencia. Si bien, esta ley general es la misma para todos los campos disciplinario según el autor, las especificidades de las luchas entre pretendientes y dominantes varían de acuerdo a la naturaleza de los campos. (1981, p. 89)

Con base en lo anterior, se podría decir que el campo laboral donde se enmarca la noción de arte mencionada y otras más, está estructurado por un cúmulo de relaciones laborales entre diversos *agentes* y *agencias* que ejercen su capacidad de agenciamiento desde diferentes roles, aportando ya sea a la producción, difusión o consumo de arte, creando una plataforma, que hace posible la existencia y persistencia de las artes. Los roles que se cumplen dentro de este, no están relacionados únicamente con la producción de arte como el rol de artista que crea bajo cualquier medio, sino que van desde roles relacionados con este como el de curaduría, crítica, historia del arte, gestión, comercio, producción de exposiciones, montajismo, mediación, hasta roles que no se relacionan directamente, como los administrativos y otros servicios.

Por último, dentro de este campo se establecen diferentes tipos de vínculos laborales tales como formal, independiente e informal. Donde el primero se caracteriza por contratos laborales que ofrecen un salario fijo, prestaciones de ley como seguridad social, vacaciones remuneradas, prima de servicios, entre otros, el segundo por contratos de prestación de servicios, pago de la seguridad social por cuenta propia y libertad en cuanto a procesos creativos, herramientas, horarios y establecimiento de tarifas, y el tercero se caracteriza por contratos de carácter civil verbales, o ausencia de estos, ausencia de pago de seguridad social, la libertad de la categoría anterior, a

excepción del establecimiento de tarifas porque en ocasiones esta informalidad no genera un respaldo para ello.

c. Agentes y Agencias de las Artes Plásticas

El término de agencia o capacidad de agenciamiento, es muy utilizado en el ámbito de la sociología y su aplicación cambia ligeramente dependiendo de la rama de pensamiento que lo use. A grandes rasgos, cuando se habla de agencia se hace referencia a la capacidad de los individuos de tomar decisiones autónomas, desarrollar comportamientos intencionados, reflexionar sobre estos y sobre sí mismos, interpretar el entorno y relacionarse con otros.

Albert Bandura por ejemplo, lo aborda partiendo de la premisa que la capacidad humana de ejercer control sobre la naturaleza y la calidad de su propia vida, es un aspecto inherente a su existencia. A esta capacidad innata de actuar para ejercer control sobre aspectos tanto externos como internos en pro de un objetivo o deseo, el autor la denomina como agencia humana (A. Bandura, 2005).

“Ser un agente, es hacer que pasen cosas a partir de ciertas acciones de manera intencionada” (A. Bandura, 2005, p. 313).

Cuando este agenciamiento es ejercido de manera individual, al sujeto se le llama agente. Trayendo este concepto de *agente* al campo de las Artes Plásticas, ¿qué implicaría ser un agente de este campo? Conectando lo anterior, sería aquella persona que dentro de sus deseos u objetivos, existe algún aspecto relacionado con las Artes Plásticas y a partir de su accionar ya sea relacionado con la difusión, la producción, o consumo de arte, hace que este campo siga existiendo de algún u otro modo.

En consiguiente, aquellas personas que actualmente estudian Artes Plásticas, son también agentes de esta disciplina porque el hecho de estudiar su naturaleza, sus dinámicas, su historia, etc., de algún modo permite que esta siga teniendo vigencia en la actualidad. En el contexto de este proyecto a estos estudiantes se les denomina como **agentes en formación**.

Por otro lado, lxs **agentes graduadxs**⁵ en Artes Plásticas, no son necesariamente agentes de esta disciplina ya que, si bien en un momento lo fueron en su época de estudiantes, actualmente existe la posibilidad que dentro de sus agenciamientos no esté incluido de ninguna manera algún aspecto relacionado con las Artes Plásticas, como puede que sí.

Cuando este agenciamiento humano es ejercido de manera colectiva en pro de algo que está dentro de las expectativas, deseos, o metas, de todxs lxs agentes que participan, a este conjunto se le llama agencia según Weber en el texto Lozano (2020). Una **agencia de las Artes Plásticas** serían entonces, todas aquellas agrupaciones de agentes que trabajan en pro colectivamente ya sea de la difusión, producción, o consumo de lo que hoy entendemos como Artes Plásticas, haciendo de su existencia algo posible. Como ejemplo de ello, están las instituciones educativas (*agencias educativas*), los museos (*agencias museísticas*), las galerías de arte (*agencias de representación y comercio de arte*), los centros culturales (*agencias culturales*), y otros tipos de agrupaciones consolidadas de caracteres diversos.

⁵ Todas aquellas personas que, según el Ministerio de Educación colombiano, una vez ha terminado el programa académico, cumplido con los requisitos de ley y los exigidos por la respectiva agencia de educación superior, reciben el título académico como profesionales (MinEducación 2022).

Capítulo II: Investigación

El propósito de esta investigación fue identificar las principales características de los vínculos laborales dentro del campo de las Artes Plásticas local, a través de una investigación mixta convergente⁶. A su vez, para complementar dicha información, se apuntó a identificar los medios de difusión de información laboral referente a las Artes Plásticas más utilizados, e indagar sobre los vínculos perceptuales con el campo laboral de las Artes Plásticas. Proceso que se contará a continuación en tres momentos: preproducción, producción y postproducción.

1. Preproducción

a. Población y Muestra

Para tener una mirada panorámica de los vínculos laborales y sus características dentro del campo laboral de las Artes Plásticas, esta investigación se tejió a partir de la mirada de tres poblaciones⁷ diferentes.

1. La primera, agentes en formación (estudiantes) de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali matriculados durante el 2022-1 equivalente a 172 agentes, con una muestra⁸ de 91 ellxs que respondieron la encuesta.
2. La segunda, agentes graduadxs de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali graduadxs durante el 2015-1 y 2021-1, equivalente a 92 agentes, con una muestra de 61 de ellxs quienes respondieron la encuesta.
3. Y por último, las agencias de las Artes Plásticas⁹ locales equivalentes a 18 agencias¹⁰,

⁶ Se encuentra en el apartado de Metodología, p. 9

⁷ Una población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. (López, 2004)

⁸ Es un subconjunto o parte de la población en que se llevará a cabo la investigación. (López, 2004)

⁹ Su significado se encuentra en el apartado de Marco conceptual en la p. 15

¹⁰ La población y muestra de las Agencias de las Artes Plásticas de Cali se encuentran en los anexos. p. 79.

con una muestra de 9 de estas¹¹ quienes accedieron a la entrevista.

Figura 3

Población y Muestra de la Investigación



Fuente: elaboración propia, 2023.

Las poblaciones de agentes en formación y graduadxs se basaron en las cantidades que reportaban las bases de datos oficiales de Bellas Artes Cali, mientras que en el caso de las agencias, se construyó una para este proyecto a partir de una revisión de literatura en internet y redes de contacto personales.

b. Diseño de instrumentos para la recolección de datos

¹¹ **Muestra de las Agencias de las Artes Plásticas:** Instituto Departamental Bellas Artes Cali (decanx de la FAVA, docentes de arte), Centro Cultural Alianza Francesa (coordinadorx cultural), Centro Cultural Colombo Americano (jefe de servicios culturales), Centro Cultural Comfandi (analista de eventos empresariales y culturales), Galería Gris (directorx), Museo La Tertulia (directorx), Museo del Oro (jefe de área cultural y coordinadorx de Museo del Oro Calima y exposiciones), Agrupación consolidada de carácter diverso Casa de Mono (directorx), Agrupación consolidada de carácter diverso Lugar a Dudas (directorx).

Para un diseño de instrumentos coherente con sus objetivos, las tablas de contingencia son una ficha crucial, porque definen la relación entre estos, las variables o categorías a investigar, y sus indicadores, dando validez a su contenido ya que los indicadores son claros y medibles al momento del análisis e interpretación de datos (Represa E. 2022).

Una vez teniendo las tablas¹², se diseñaron 3 instrumentos ligeramente diferentes para cada población. El instrumento diseñado para lxs agentes en formación y graduadxs fue una encuesta que recogió datos principalmente cuantitativos, en la que se usó la misma tabla de contingencia, y el instrumento para las agencias, fue una entrevista semiestructurada recogiendo principalmente datos cualitativos en la que se usó una tabla de contingencia diferente a la anterior.

Los instrumentos fueron diseñados con base en un borrador del anteproyecto (Trabajo de grado I en octubre 2021) complementado con información del mapa conceptual realizado durante el primer mes del Trabajo de grado II (febrero 2022), del cual salieron las variables y categorías de análisis ubicadas en la tabla de contingencia expuesta en los anexos. Dentro de estos, para la vertiente cuantitativa, se buscó identificar las características principales de los vínculos laborales que establecen lxs agentes en formación y graduadxs, con el campo laboral en general y con agencias de las Artes Plásticas. Para la rama cualitativa, se buscó indagar sobre las percepciones del campo laboral de las Artes Plásticas en Cali.

Figura 4

Estructuras de los Instrumentos de Recolección de Datos para la Investigación

¹² Las tablas de contingencia se pueden ver en los anexos, p. 80 y 81.



Fuente: elaboración propia, 2023.

2. Producción: Trabajo de Campo

a. Gestión de Contactos y Cartas

Para implementar los instrumentos, se requiere en ciertos casos una base de datos que contenga los contactos de lxs agentes a investigar. Para ello, es necesario gestionar autorizaciones de acceso a bases de datos institucionales, o en su defecto, construir unas propias. También, hay ocasiones que implican gestionar cartas de recomendación o permisos.

En este proyecto, para conseguir los contactos de las dos primeras poblaciones, se solicitó a decanatura de la Facultad de Artes Visuales Aplicadas de Bellas Artes Cali un permiso para acceder a las bases de datos institucionales. A diferencia de las bases de datos de las dos poblaciones

anteriores, para la población No. 3, se construyó una propia bajo ciertos criterios de selección¹³, debido a que no existe una base de datos pública que contenga los contactos de las agencias de las Artes Plásticas locales como tal, ya que o son confidenciales o no han sido construidas específicamente bajo esta categoría.


b. Ejecución de los Instrumentos de Recolección de Datos

La ejecución de los tres instrumentos se hizo simultáneamente, implementando el método mixto convergentes mencionado en el apartado de la metodología.




- Durante la tercera semana de abril del 2022, se ejecutó el primer instrumento de recolección de datos, correspondiente a la encuesta de lxs agentes graduadxs. Los primeros formularios se enviaron por tres medios diferentes para saber cuál era más efectivo, si Instagram, Whatsapp o el correo electrónico. El más efectivo y práctico resultó ser Whatsapp por cuestiones de accesibilidad al número de contacto, la comunicación, gracias a la ausencia de filtros de privacidad. Se identificó que, personalizar el mensaje con el nombre del agente y enviarlo en horas de la mañana, fue más efectivo que después de la jornada de trabajo. Gracias a dicha estrategia, un 66,3% de la población total de agentes graduadxs respondió la encuesta. Algunxs agentes graduadxs aprovecharon dicha invitación por whatsapp, para comentar inconformidades con el medio artístico y con la falta de información laboral durante su periodo de formación. Esto evidenció una necesidad de incluir en la encuesta, una pregunta cualitativa acerca de la percepción sobre el campo laboral de las Artes Plásticas, razón por la que se anexó a los instrumentos de las otras dos poblaciones.

¹³ Criterios de selección de agentes pertenecientes a agencias: trabajar en alguna Agencia de las Artes Plásticas de interés y ocupar un cargo relacionado con el área cultural o en su defecto, un cargo administrativo que tuviese conocimiento del área cultural.

- 
 Del 6 de mayo al 31 de agosto del 2022, se ejecutó el segundo instrumento, correspondiente a la entrevista de las agencias de las Artes Plásticas. En un inicio la invitación a participar de la entrevista se hizo por llamada, Whatsapp y correo electrónico. El más efectivo y práctico resultó ser el correo, por ser menos invasivo y más formal, así que este fue el medio usado para el resto de agencias, incluyendo en este la carta de recomendación¹⁴ de decanatura de la Facultad de Artes Visuales Aplicadas de Bellas Artes Cali. También se identificó que enviando el correo alrededor de las 8 AM la respuesta era más inmediata. Gracias a dicha estrategia, un 50% de la población total de agencias participó de la entrevista.

La entrevista semiestructurada, proporcionó un buen resultado porque permitió libertad en las respuestas, profundizar en ciertos temas, y a su vez poder concluir tocando todos los puntos correspondientes a los indicadores. Claramente, las últimas entrevistas fueron más concretas que las primeras gracias a la práctica que se fue adquiriendo en el proceso :)

- 
 Durante la tercera semana de junio y la primera de julio del 2022, se ejecutó el tercer y último instrumento, correspondiente a la encuesta de lxs agentes en formación. Los links de las encuestas se enviaron por Whatsapp, aplicando las mejoras identificadas en el proceso con lxs graduadxs. En este caso, la diferencia de respuesta según los horarios no fue sustancial, así que no se identificó alguna hora precisa para enviar la invitación. Gracias a dicha estrategia, un 52,9% de la población total de agentes en formación respondió la encuesta.

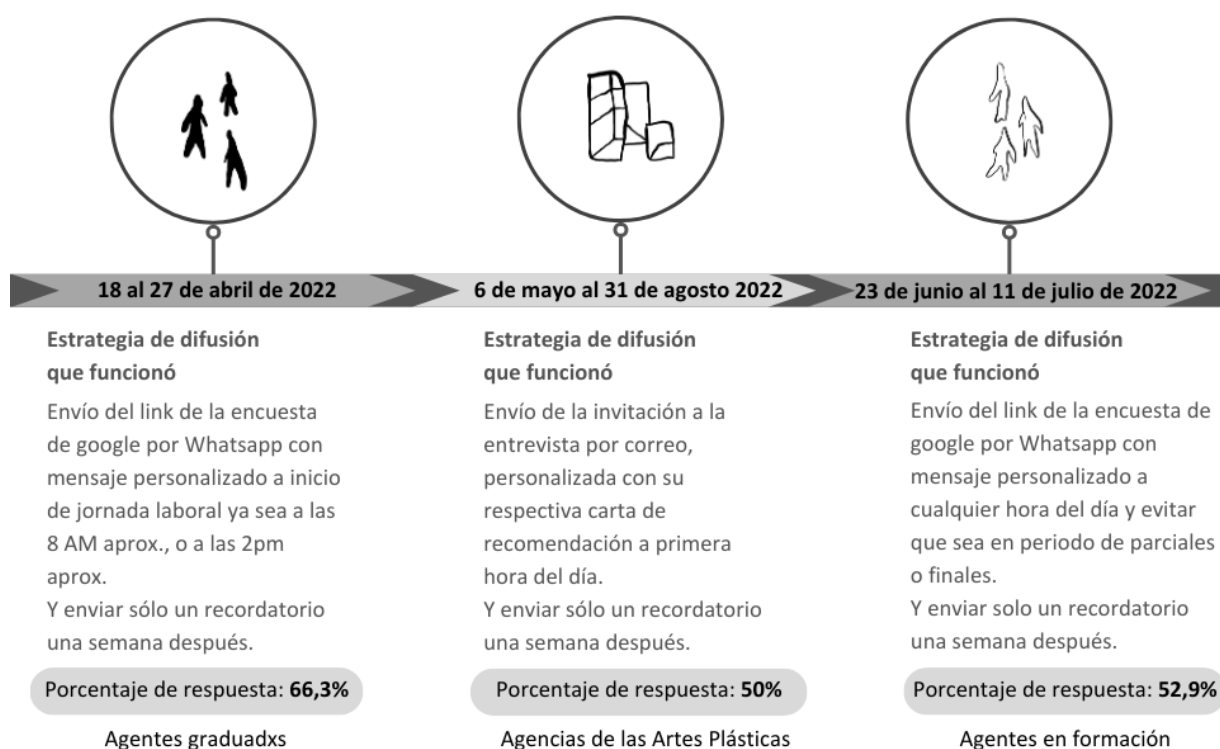
A pesar del buen porcentaje de respuesta obtenido, algunos agentes que contestaron el formulario, mencionaron dificultad para hacerlo debido a la carga académica que significa presentar un final. Identificando así, que el calendario académico es un aspecto importante a tener en cuenta a la hora de difundir los instrumentos de recolección de datos.

¹⁴ Se encuentra en los anexos, p. 78.

Por otro lado, haber agregado la pregunta sobre la percepción del campo laboral, tuvo un buen resultado en todos los instrumentos, porque la información recolectada fue de gran valor para el proyecto, en especial, para la siguiente fase.

Figura 5

Fechas de Ejecución, Estrategias Difusión y Porcentajes de Respuesta de los Instrumentos



Fuente: elaboración propia, 2023.

3. Postproducción: Procesamiento de Datos¹⁵

Para el procesamiento de los datos recopilados de las tres poblaciones, primero se analizaron de forma independiente los datos cuantitativos y cualitativos de cada muestra por separado, posteriormente se compararon y se integraron en el apartado de *Datos levantados*, y por

¹⁵ Es importante aclarar que esta investigación, gracias a su naturaleza investigativa, presenta una captura fija de una imagen en movimiento del panorama laboral de las Artes Plásticas en Cali, en la que confluyen 3 perspectivas diferentes. Por lo anterior, contiene información que es de utilidad para observar un panorama general, sin embargo hay que tener en cuenta el constante dinamismo del campo.

último, en la *Interpretación de datos* se buscaron puntos de convergencia, contradicciones o complementariedades en los hallazgos.

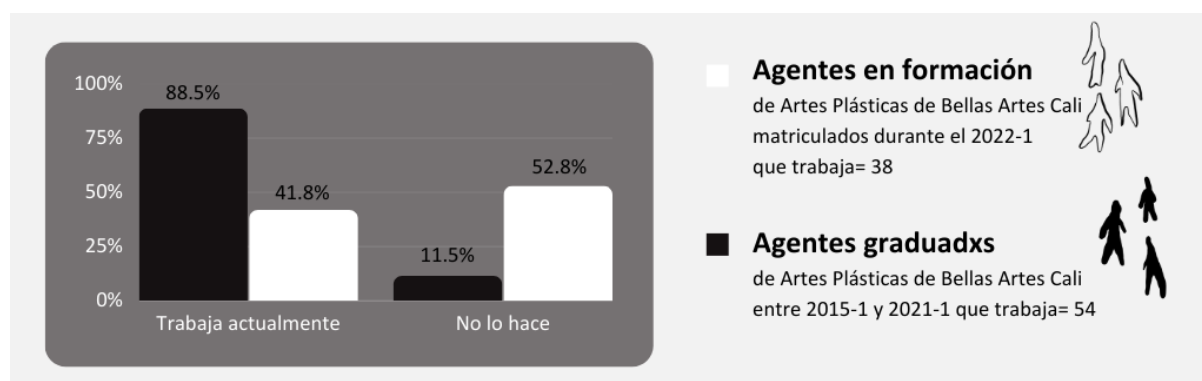
a. Datos Levantados

A continuación se presentarán las preguntas de los instrumentos junto con sus resultados en gráficos, y un pequeño desglose de la información levantada de las tres muestras.

Figura 6

Porcentaje de la muestra que se encontraba trabajando

Pregunta: ¿Actualmente trabajas?



Fuente: elaboración propia, 2023.

- De lxs 91 agentes en formación que contestaron la encuesta, un 41.8% se encontraban trabajando y un 52.8% no.



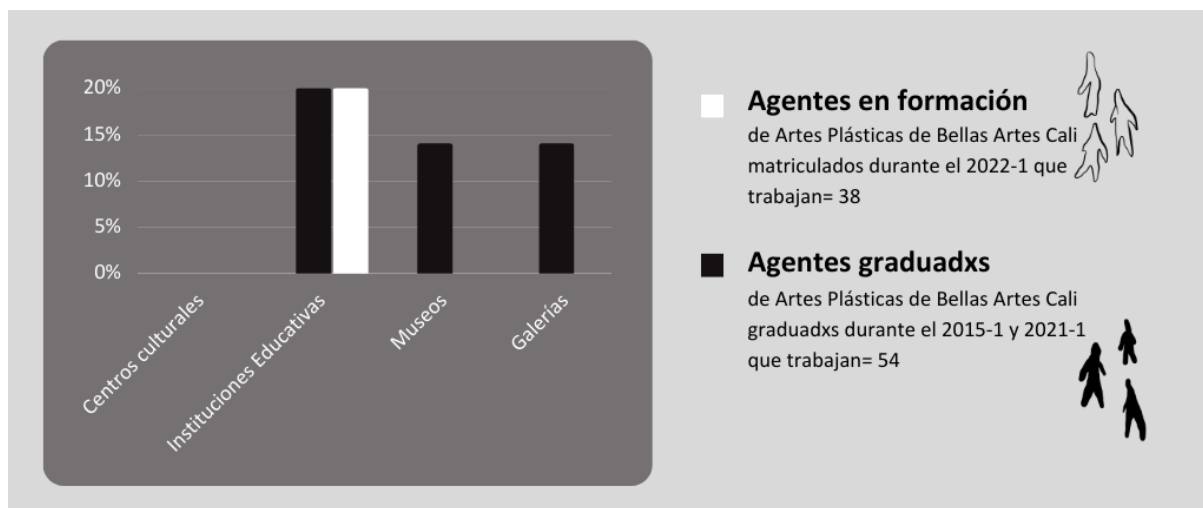
- De lxs 61 agentes graduados que contestaron la encuesta, un 88.5% se encontraba trabajando y un 11.5% no.



Figura 7

Porcentaje de vínculos laborales entre las poblaciones 1, 2 y 3

Pregunta: ¿Con cuál de estas agencias de las Artes Plásticas trabajas actualmente?



Fuente: elaboración propia, 2023.




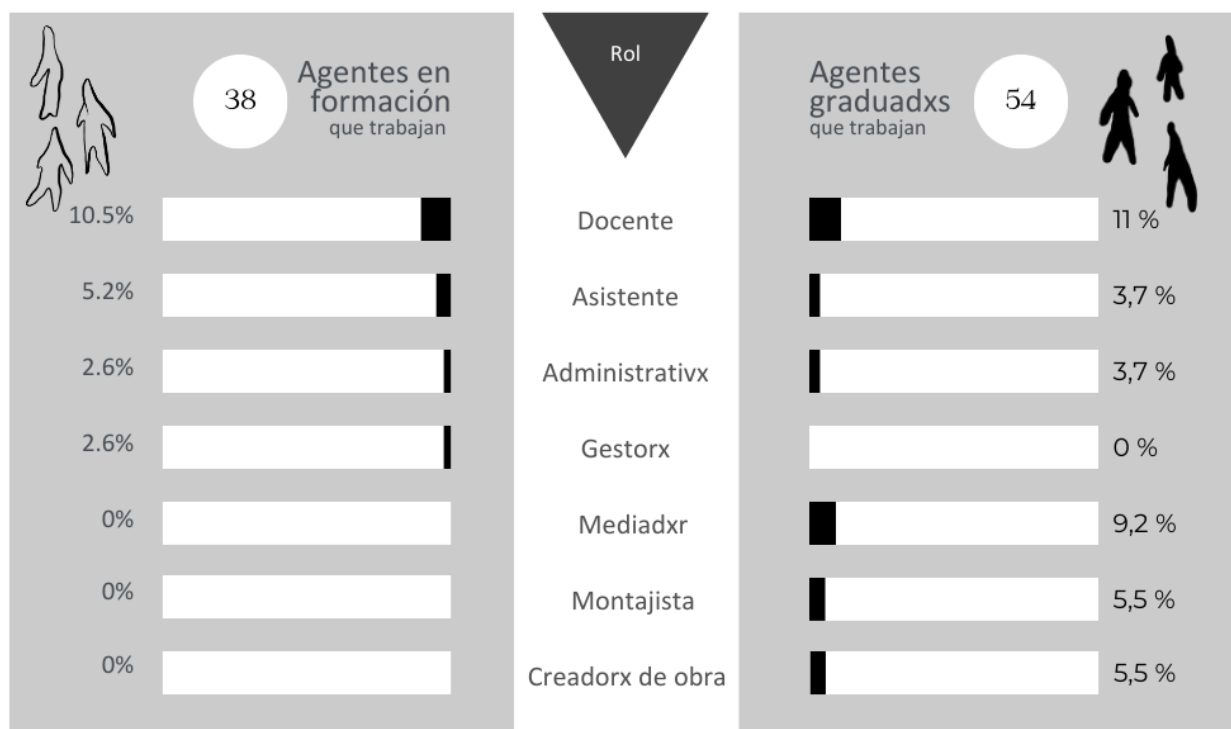
- 
 De los 38 agentes en formación que se encontraban trabajando, un 20% tuvo vínculos laborales con instituciones educativas, principalmente colegios, seguido de universidades en menor medida, entre otros, y 0% con los otros 3 tipos de agencias (centros culturales, museos y galerías).
- 
 De los 54 agentes graduadxs que se encontraban trabajando, un 20% tuvo vínculos laborales con instituciones educativas, un 14% con museos, un 14% con galerías, y un 0% con centros culturales.
- 
 De las 9 agencias de las Artes Plásticas de Cali entrevistadas, los centros culturales mencionan haber tenido vínculos laborales con entre 5 y 10 agentes en formación y graduadxs del programa de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali durante el 2022-1, la galería mencionó establecer alrededor de 5 vínculos laborales con agentes en formación y graduadxs del programa de Artes Plásticas de Bellas Artes durante el mismo periodo. Las otras agencias entrevistadas mencionaron no tener conocimiento sobre la cantidad de vinculaciones laborales con dichas poblaciones, ya que el área de trabajo de los agentes representativxs entrevistadxs era la cultural, más no la contable.

Figura 8

Roles desempeñados por las poblaciones 1 y 2 en los vínculos establecidos con la población 3

Pregunta: ¿Qué actividad laboral desempeñas en estas?



Fuente: elaboración propia, 2023.



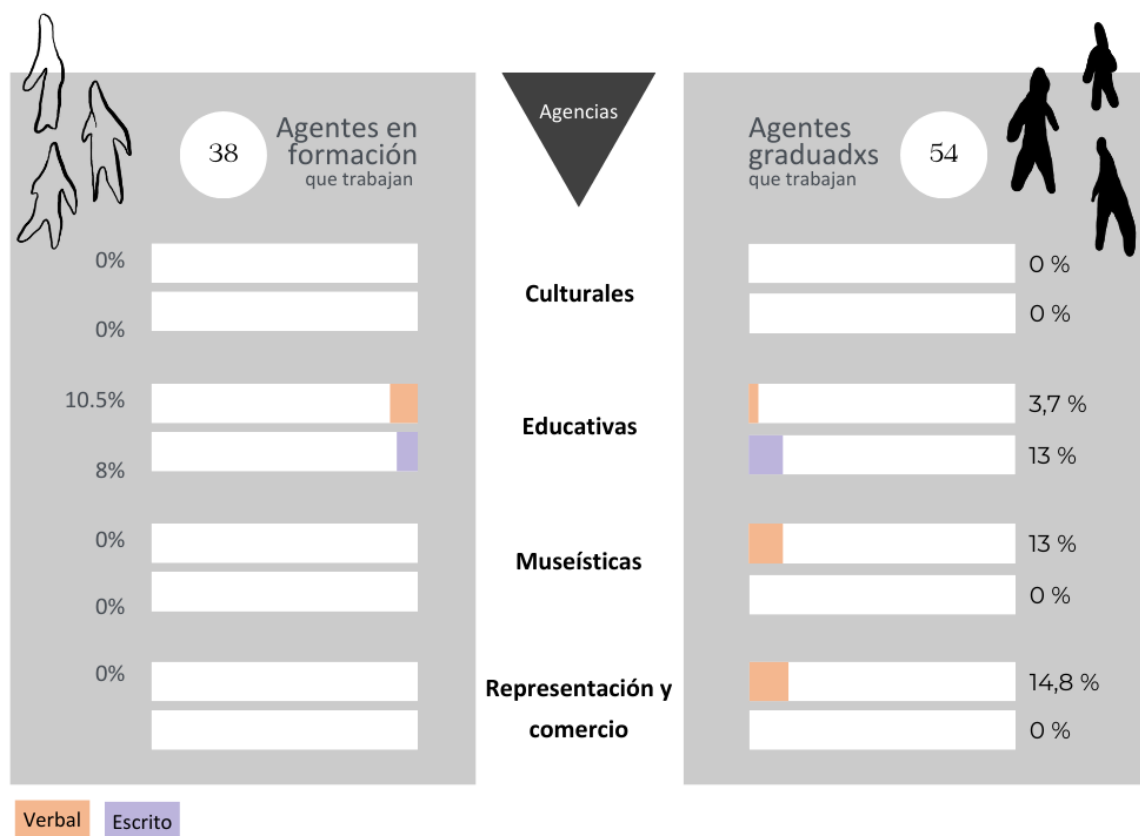
- 
 De los 38 agentes en formación que se encontraban trabajando, un 10.5% establecieron vínculos laborales con agencias de las Artes Plásticas a partir del rol de docente en artes, seguido de un 5.2% como asistente, 2.6% como administrativo, 2.6% como gestorx, y 0% con como mediadorx, montajista y creadorx de obra.
- 
 De los 54 agentes graduadxs que se encontraban trabajando, un 11% lo establecieron a partir del rol de docente en artes, un 9.2% como mediadx, un 5.5% como montajista, un 5.5% como creador de obra, un 3.7% como administrativx, un 3.7% asistente, y finalmente un 0% como gestorx.

Figura 9



Carácter de los vínculos laborales establecidos por las poblaciones 1 y 2 con la población 3

Pregunta: ¿De qué carácter son estos vínculos laborales?





Fuente: elaboración propia, 2023.

- 
 De lxs 38 agentes en formación que se encontraban trabajando, un 10.5% establece vínculos laborales con agencias de las Artes Plásticas a partir de contratos escritos, y un 8% por medio de contratos verbales.
- 
 De lxs 54 agentes graduadxs que se encontraban trabajando, un 31.5% lo establecieron a partir de contratos verbales, y un 18.8% por medio de contratos escritos.
- Los centros culturales entrevistados, mencionaron que los vínculos laborales que establecieron con ambas muestras fueron de carácter escrito a través de contratos de prestación de servicios principalmente, como también contratos por obra o labor o por aprendizaje. La institución educativa entrevistada, mencionó que algunos vínculos laborales establecidos desde la facultad, se dan a partir de proyectos internos que ya tienen asignado un presupuesto para esa labor específica y se hacen de manera verbal sin exigir seguridad social para efectuar la transacción de dinero debido a que las sumas son inferiores a un salario mínimo. La galería entrevista, mencionó haber establecido alrededor de 5 vínculos

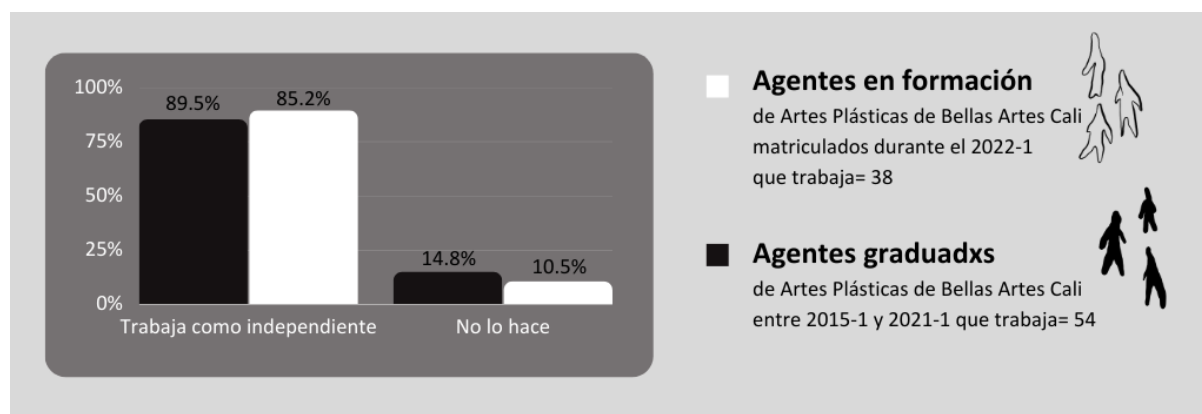


laborales con agentes en formación y graduadxs, a partir de contratos verbales de prestación de servicios, aunque en el caso de venta de obra, menciona emplear un tipo de contrato llamado contrato de consignación de mercancía.¹⁶

Figura 10

Porcentaje de trabajo independiente en las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿Trabajas como independiente?



Fuente: elaboración propia, 2023.



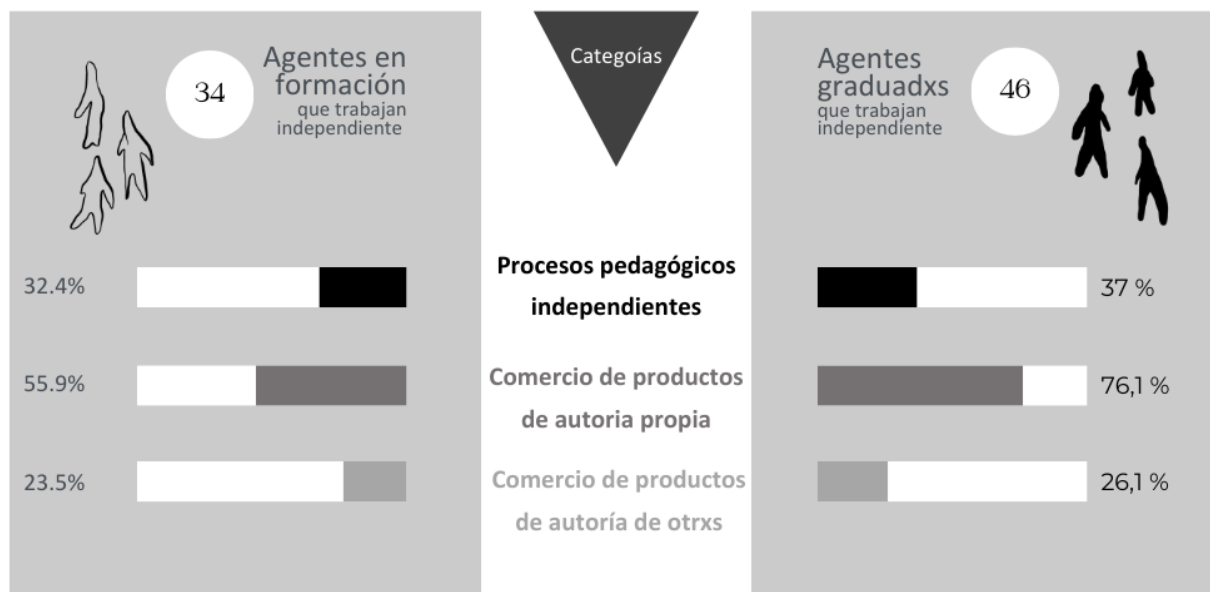
- 
 De lxs 38 agentes en formación que se encontraban trabajando, un 89.5% mencionó trabajar como independiente, mientras un 10.5% no.
- 
 De lxs 54 agentes graduadxs que se encontraban trabajando, un 85.2% mencionó trabajar como independiente, mientras un 14.8% no.

Figura 11

Categorías principales de los trabajos independientes realizados por las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿Con cuál de las siguientes categorías se relaciona tu trabajo como independiente?

¹⁶ Por el contrato de consignación o estimatorio una persona, denominada consignatoria, contrae la obligación de vender mercancías de otra, llamada consignante, previa la fijación de un precio que aquél debe entregar a éste. Gerencia, 2023.



Fuente: elaboración propia, 2023.



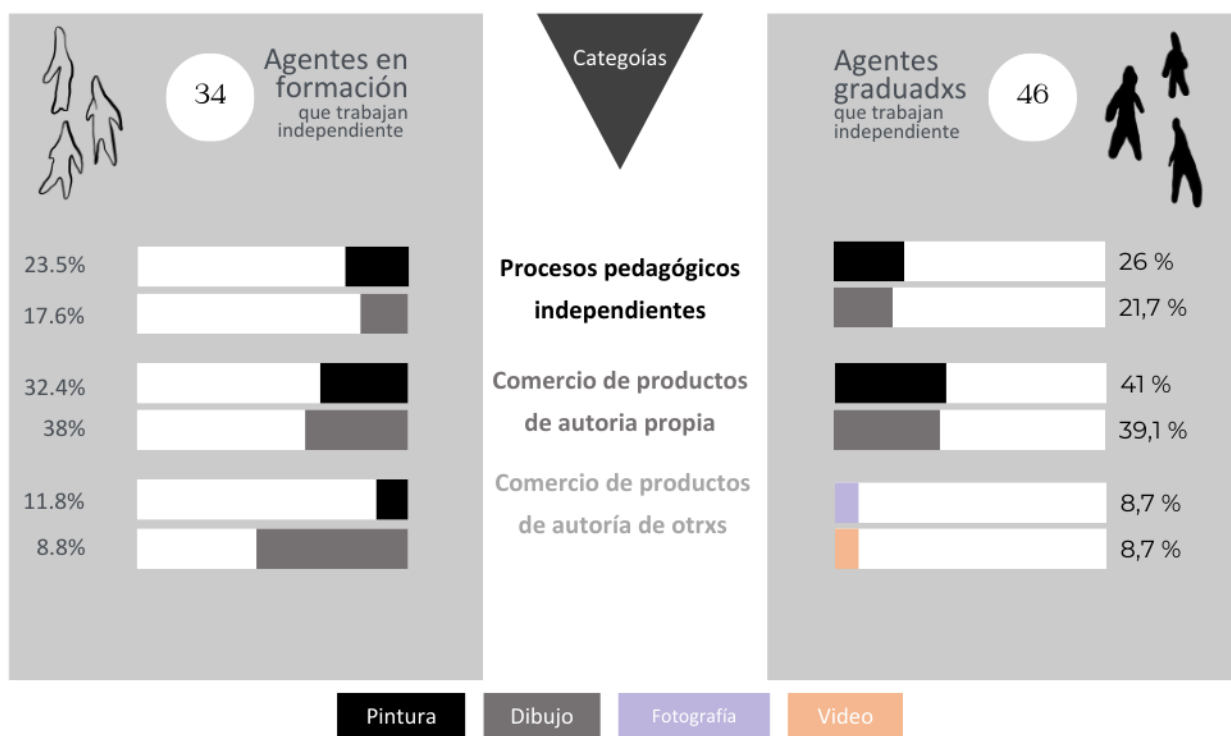
- 
 De lxs 34 agentes en formación que mencionaron trabajar como independientes, un 55.9% lo hace comerciando productos de autoría propia, incluyendo encargos, un 32.4% a partir de procesos pedagógicos independientes, y un 23.5% comerciando productos de autoría de otrxs.
- 
 De lxs 46 agentes en graduadxs que mencionaron trabajar como independientes, un 76.1% lo hace comerciando productos de autoría propia, incluyendo encargos, un 37% a partir de procesos pedagógicos independientes, y un 26.1% comerciando productos de autoría de otrxs.

Figura 12

Técnicas a partir de las que se abordan las categorías principales de trabajo independiente en las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿Con qué técnica tiene que ver tu trabajo como independiente?



Fuente: elaboración propia, 2023.



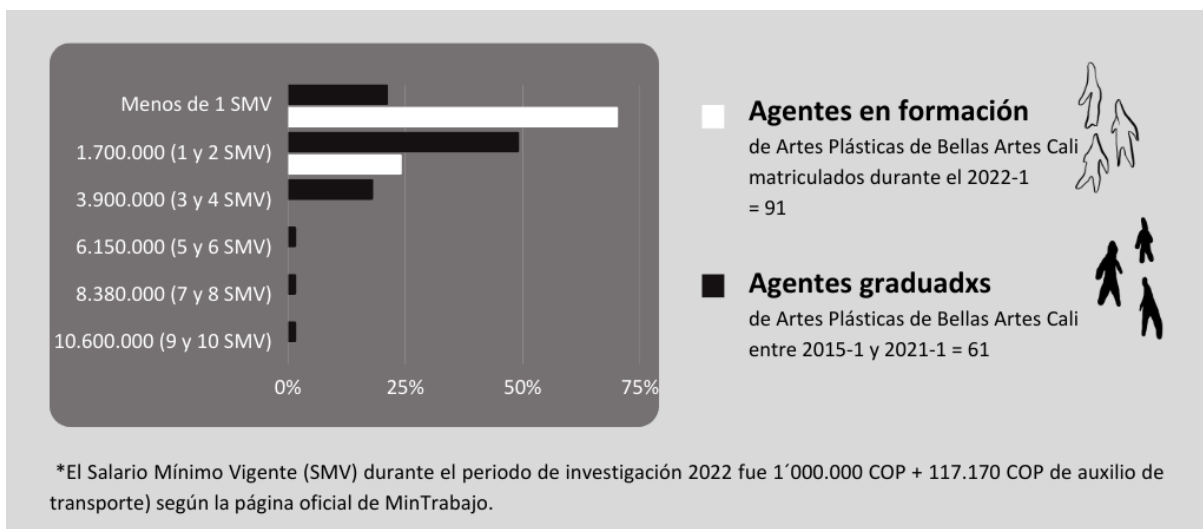
- 
 De lxs 34 agentes en formación que mencionaron trabajar como independientes, un 55.9% lo hace comercializando productos de autoría propia, incluyendo encargos, un 32.4% a partir de procesos pedagógicos independientes, y un 23.5% comercializando productos de autoría de otrxs.
- 
 De lxs 46 agentes en graduadxs que mencionaron trabajar como independientes, un 76.1% lo hace comercializando productos de autoría propia, incluyendo encargos, un 37% a partir de procesos pedagógicos independientes, y un 26.1% comercializando productos de autoría de otrxs.

Figura 13

Porcentajes de los ingresos mensuales promedio de las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿En promedio, cuántos son tus ingresos mensuales?



Fuente: elaboración propia, 2023.



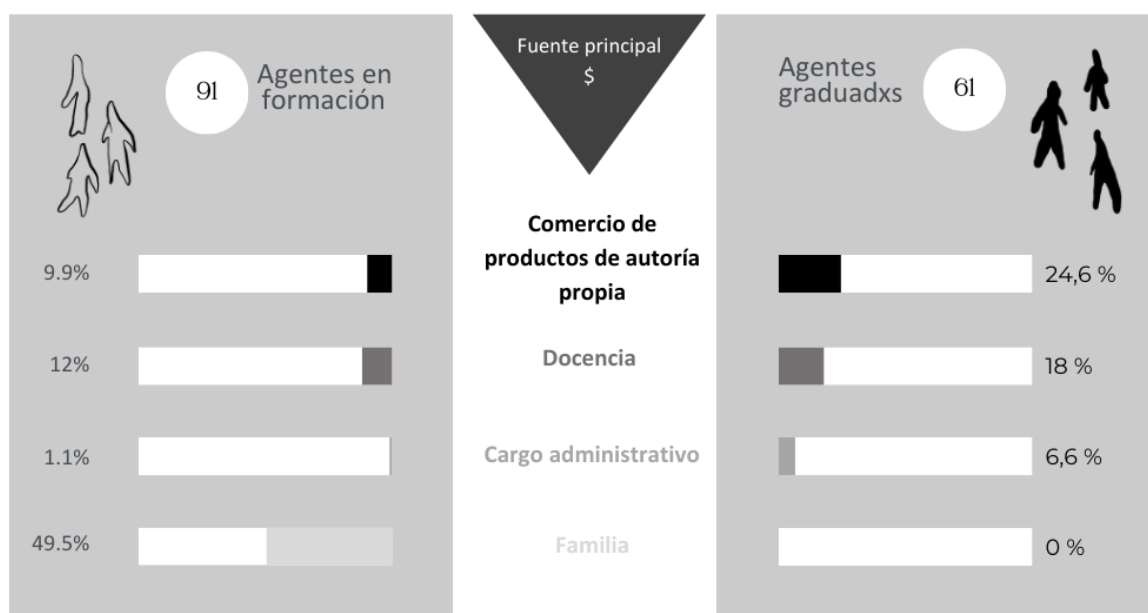
- 
 De lxs 91 agentes en formación encuestadxs, un 70.3% ingresa mensualmente menos de un salario mínimo, un 24.2% entre 1 y dos SMV, entre otras.
- 
 De lxs 61 agentes en graduadxs encuestadxs, un 49.2% ingresa mensualmente entre 1 y dos SMV, un 21.3% menos de un salario mínimo, y un 18% 3 y 4 SMV. En menor medida, un 1.6% de la muestra, ingresa entre 5 y 6 SMV, 7 y 8, y 9 y 10 respectivamente.

Figura 14

Fuentes Principales de Ingresos de las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿Cuál es tu fuente principal de ingresos?



Fuente: elaboración propia, 2023.



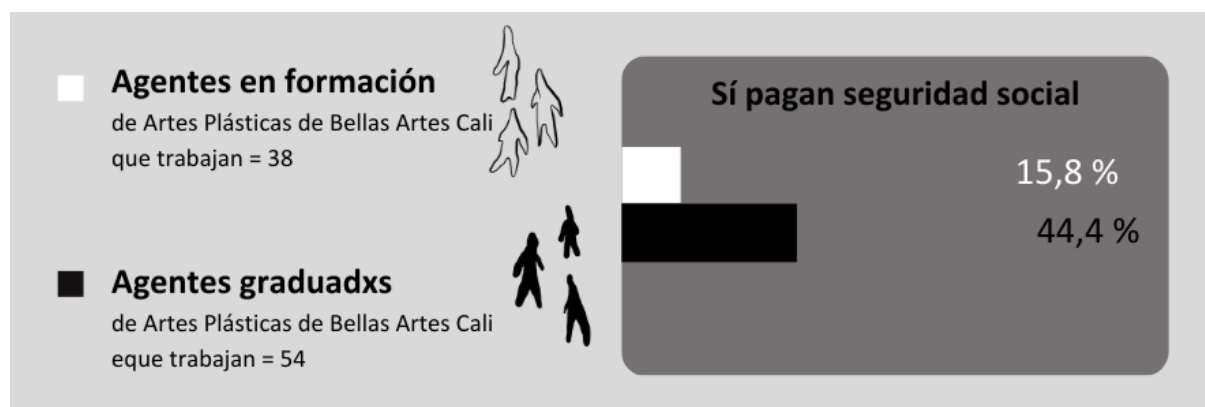
- 
 De lxs 91 agentes en formación encuestadxs, un 49.5% tiene como fuente principal de ingresos el apoyo de su familia, un 12% de la docencia, y un 9.9% del comercio de productos de autoría propia, entre otros.
- 
 De lxs 61 agentes en graduadxs encuestadxs, un 24.6% tiene como fuente principal de ingresos el comercio de productos de autoría propia, un 18% de la docencia y un 6.6% de un cargo administrativo, entre otros.

Figura 15

Porcentaje de Pago de Seguridad Social de las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿Pagas seguridad social?



Fuente: elaboración propia, 2023.


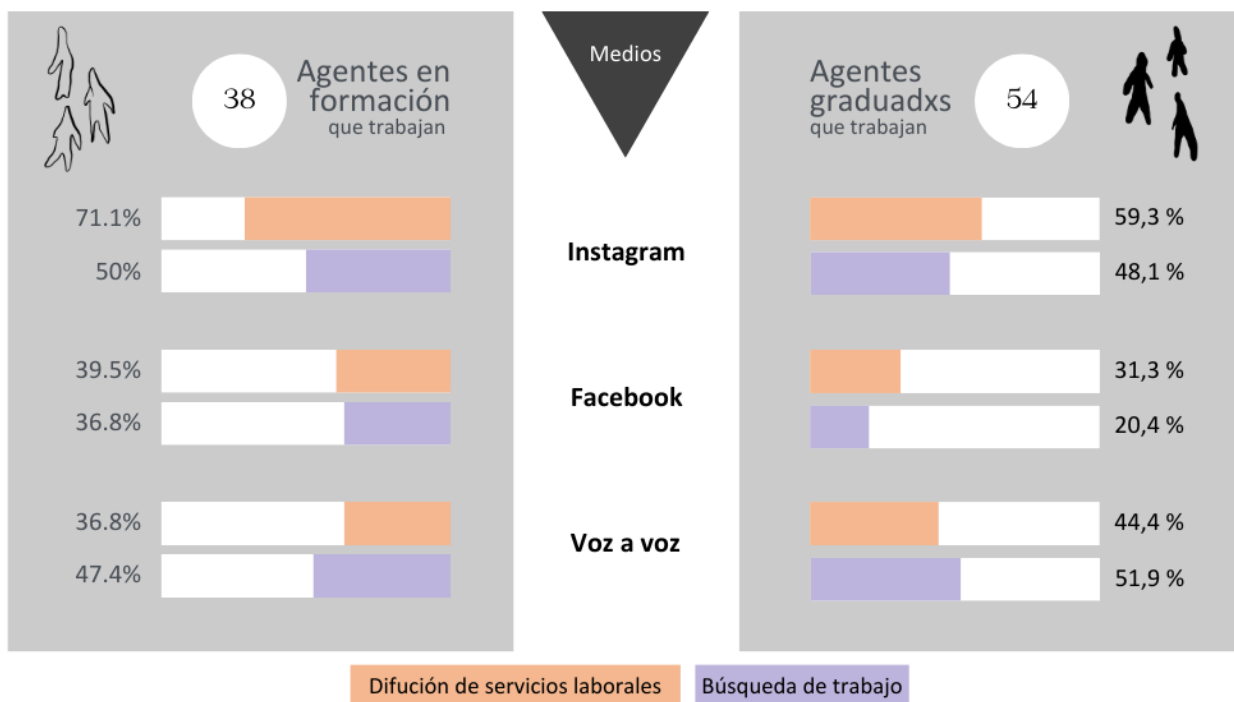
- 
 De lxs 38 agentes en formación que trabajan, sólo un 15.8% paga la seguridad social.
- De lxs 54 agentes en graduadxs que trabajan, un 44.4% paga la seguridad social.

Figura 16

Medios más recurrentes para difusión y búsqueda de trabajo de las poblaciones 1 y 2

Pregunta: ¿Qué medios utilizas para difusión y búsqueda laboral?



Fuente: elaboración propia, 2023.



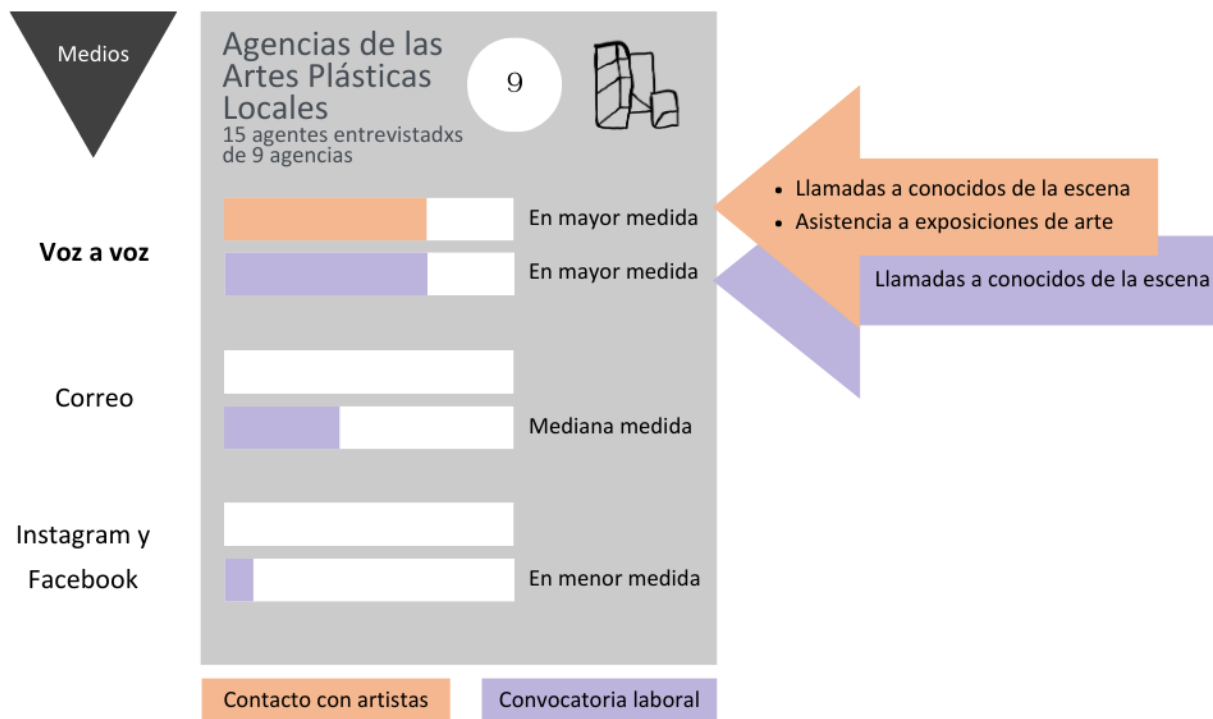
- 
 Los medios de difusión de servicios laborales más usados por los 38 agentes en formación que trabajan, son en un 71.1% Instagram, 39.5% Facebook y voz a voz en un 36,8%. Los medios de búsqueda de trabajo, son en un 50% Instagram y un 47.4% voz a voz, seguido de Facebook en un 36.8%.
- 
 Los medios de difusión de servicios laborales más usados por los 38 agentes en graduadxs que trabajan, son en un 59.3% Instagram, voz a voz en un 44.4%, y 31.3% Facebook. Los medios de búsqueda de trabajo, son en un 51.9% voz a voz, Instagram 48.1%, seguido de Facebook en un 20.4%.

Figura 17

Medios más utilizados para contactar artistas y hacer convocatorias laborales por parte de la población 3

Pregunta: ¿Qué medios utilizas para contactar a artistas y hacer convocatorias laborales?



Fuente: elaboración propia, 2023.

- Los medios de difusión más usados por las agencias de las Artes Plásticas locales para temas

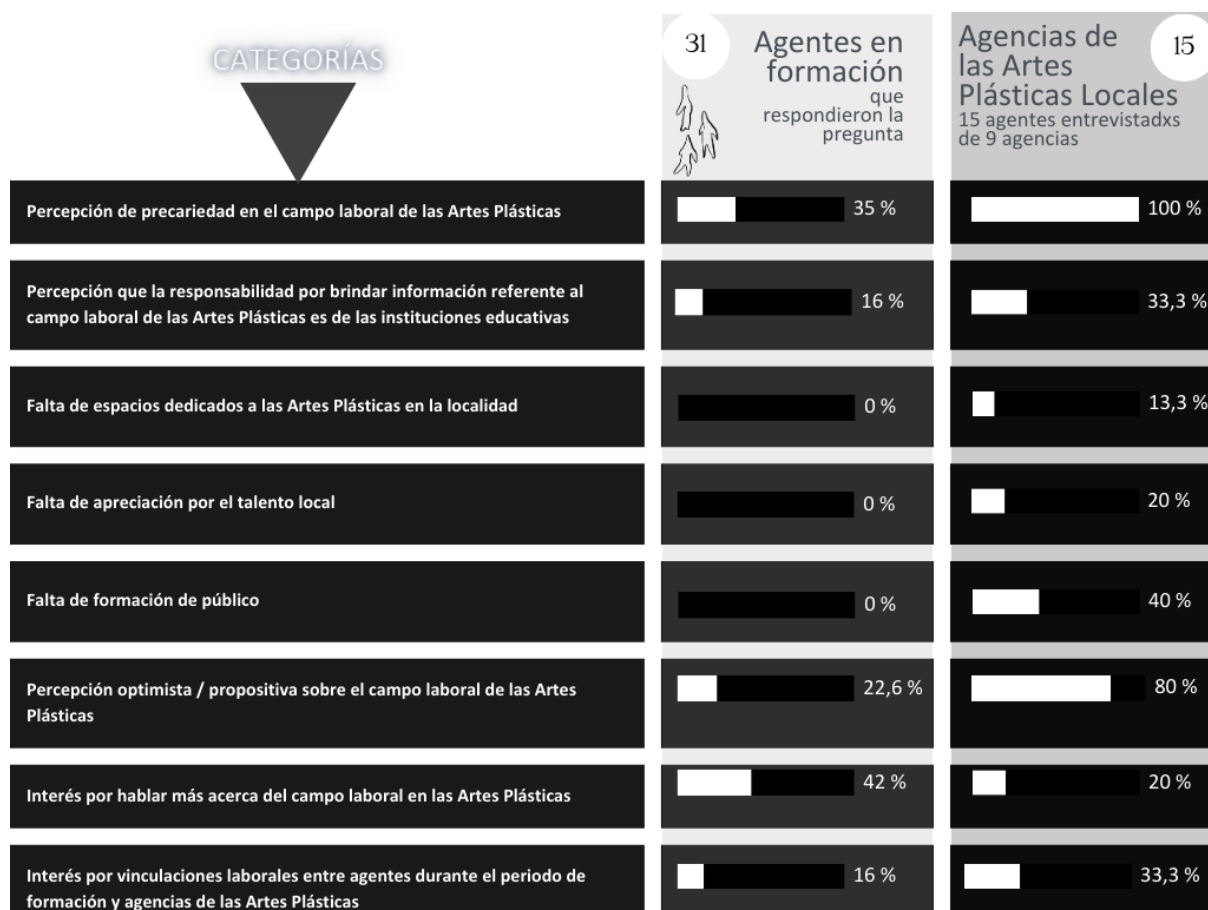


laborales son el voz a voz, seguido de correo electrónico, facebook e Instagram en mínima medida. Por medio del voz a voz, contactan a colegas, amigos o conocidos de la escena para preguntar por agentes de las Artes Plásticas con el perfil para lo requerido. También, asisten a exposiciones de arte de instituciones educativas principalmente, para ir identificando quién podría ser candidatx para exposiciones, o demás actividades laborales relacionadas con el campo artístico.



Figura 18

Categorías de las Percepciones sobre el Campo Laboral de las Artes Plásticas de Cali por parte de las Poblaciones 1 y 3

Pregunta: ¿Cómo percibes el campo laboral de las Artes Plásticas de Cali?



Fuente: elaboración propia, 2023.

- 
 De los 31 agentes en formación que contestaron a esta pregunta, un 42% mencionó un interés por conocer más acerca del campo laboral de las Artes Plásticas, porque sienten incertidumbre y curiosidad frente al tema, un 35% evidenció tener una percepción que dicho campo laboral es precario por falta de pagos dignos, roscas, entre otros, un 22.6% mencionó una mirada optimista y propositiva frente al campo, un 16% evidenció percibir que la responsabilidad de brindar información referente al campo laboral es de las instituciones educativas, ya que concretamente no se habla de ello, y otro 16% mostró un interés por tener vinculaciones laborales con las instituciones educativas, principalmente con Bellas Artes durante el académico.
- 
 De los 15 agentes representativos de las agencias de las Artes Plásticas entrevistados, un 100% evidenció tener una percepción de precariedad frente al campo laboral. En el que la falta de información y formación respecto al tema laboral en las artes, influye en la auto

precarización laboral aceptando pagos con experiencia, visibilidad, cobrando muy poco por servicios artísticos, entre otras, que afectan la regulación de tarifas locales, pintando un escenario donde para obtener un trabajo se tiende a cobrar un valor inferior al de la competencia, situación que mencionan es aprovechada por algunas agencias de las Artes Plásticas locales perpetuando el campo a la precariedad.

- Respecto al tema anterior un 33% evidenció percibir que la responsabilidad de brindar dicha información es de las instituciones educativas. Algunas agencias entrevistadas que han trabajado con agentes en formación y graduadxs de Bellas Artes mencionaron (a parte de múltiples aspectos positivos) percibir falencias de manejo de presupuestos grandes o pequeños, de cronogramas y aspectos corporativos y de ley. Desde Bellas Artes se mencionó reconocer que al programa le hace falta brindar herramientas que diversifiquen las habilidades y cualidades hacia otros ámbitos laborales y que ayuden a desmitificar el quehacer artístico ligados a las nociones de arte y artista.



- Dentro de este mismo tema está la falta de espacios dedicados a las Artes Plásticas en la localidad, aspecto que no corresponde a la cantidad tan grande de graduadxs tanto de agencias educativas de nivel universitario, como técnicas y afecta claramente al campo laboral local generando precariedad y no garantizan estabilidad laboral ya que no hay un mercado del arte como tal.



- Un 20% evidenció percibir que no se aprecia ni las Artes Plásticas ni el talento local ya que al momento de contratar profesionales en artes, algunas agencias de las Artes Plásticas tienden a recurrir a personas de otras partes por encima de las que hay a nivel local, independientemente de su recorrido y perfil.



- A raíz de lo anterior, un 40% de lxs agentes entrevistadxs mencionó que el tema de la formación de público dentro de este campo toma un papel importante para fortalecer el ámbito laboral. Y mencionan que las Artes Plásticas de Cali carece del ejercicio de formar público y que es algo que urge hacer.



- Por otro lado, un 80% evidenció una percepción optimista y propositiva frente al campo,



donde mencionan que a partir de la capacidad creadora de lxs artistas de desenmarañar realidades ante la adversidad económica y cultural, se abre un abanico de oportunidades, donde la convicción de ser un agente de las Artes Plástica, es crucial para abrirse camino según los propios intereses plásticos y temáticos. Como evidencia de ello, mencionan la creciente cantidad de emprendimientos, y la autogestión de recursos y espacios de difusión. Ante la ausencia del mercado del arte, mencionan la importancia del trabajo colectivo. En complemento a ello, un agente entrevistado habló sobre la importancia de crear una red entre agentes y agencias, que fomente activar la escena con recorridos de estudios abiertos, y actividades en espacios públicos, conectando así con el contexto caleño aprovechando sus condiciones climáticas favorables.

- Un 20% evidenció el interés por hablar más acerca de este campo, aspecto necesario para la



creación de redes locales en pro al fortalecimiento del mismo.

- Y un 33.3% evidenció un interés por establecer vinculaciones laborales entre agentes



durante su periodo de formación y agencias de las Artes Plásticas para tejer una red a nivel local, que comunique no sólo vacantes laborales, sino también que genere oferta cultural de estudios abiertos con invitación de galeristas y coleccionistas y demás interesados, podría ser parte de la consolidación de un mercado del arte local.

b. Interpretación de Datos

Dentro del marco nacional existen tres modalidades laborales que son la formal, la independiente y la informal. La modalidad de trabajo formal se celebra bajo contratos laborales que ofrecen un salario fijo, prestaciones de ley como seguridad social, vacaciones remuneradas, prima de servicios, entre otros. La modalidad independiente, se celebra bajo contratos de prestación de servicios ya sean escritos o verbales, y se caracteriza por la obligación del pago de la seguridad social

por cuenta propia según el ministerio de trabajo¹⁷. Y por último, la modalidad informal, se celebra bajo contratos civiles verbales, sin necesidad de pagar seguridad social. Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación se analizarán las características principales de los vínculos laborales de lxs agentes en formación y graduadxs.

Figura 19

Modalidades laborales, sus características, ventajas y desventajas

MODALIDADES LABORALES	Características	Ventajas	Desventajas
FORMAL	Pago de Seguridad Social por parte del empleadorx. Contrato laboral escrito.	Estabilidad económica Beneficios de la seguridad social Facilidad de préstamos de bancos y alquiler de inmuebles	Ausencia de libertad horaria y métodos de trabajo (en ocasiones)
INDEPENDIENTE	Pago de Seguridad Social por parte del empleado. Contratos de prestación de servicios escritos o verbales	Libertad de horario y métodos de trabajo (en ocasiones) Beneficios de la seguridad social Facilidad de préstamos en bancos y alquiler de inmuebles (si el contrato es escrito)	Posible inestabilidad económica Pago de Seguridad Social por cuenta propia Dificultad para adquirir préstamos de bancos y alquiler de inmuebles (si el contrato es verbal)
INFORMAL	No es necesario el pago de la Seguridad Social por ambas partes Contratos civiles verbales	Libertad de horario y métodos de trabajo (en ocasiones)	Posible inestabilidad económica No beneficios de la seguridad social Dificultad para adquirir préstamos de bancos y alquiler de inmuebles

Hay muchas zonas grises que se pueden salir de características, ventajas y desventajas descritas en la gráfica

Fuente: elaboración propia, 2023.

En los datos recolectados, se identificó que una de las características principales de los vínculos laborales era la informalidad, ya que dentro de las cifras levantadas se encontró lo siguiente:

¹⁷ Para hacer claridad sobre los aportes que deben realizar los trabajadores independientes al Sistema de Seguridad Social, se hizo necesario reincorporar el artículo 18 de la Ley 1122 de 2007, que establece que la cotización de los trabajadores independientes contratistas de prestación de servicios y aquellos pequeños o grandes que no tienen empleador, se efectúe sobre una base de la cotización máxima de un 40 % del valor de los ingresos mensuales. (MinTrabajo, 2022)

De lxs 38 agentes en formación que trabajan, un 15.8% mencionó pagar la seguridad social, un 10.5% trabajar como formal, y un 89,5% como independiente. Sin embargo, teniendo en cuenta que el pago de la seguridad social es una obligación para lxs trabajadorxs independientes con capacidad de pago, el 5.3% sobrante que paga seguridad social pero que no trabaja bajo la modalidad formal, vendrían siendo trabajadorxs independientes, y el 84,2% sobrante trabajadorxs informales.

En el caso de lxs 54 agentes en graduadxs que trabajan no es diferente, porque un 44.4% paga la seguridad social, un 14.8% trabaja como formal, y un 85.2% como independiente. Queriendo decir que el 29.6% sobrante que paga seguridad social pero que no trabaja bajo la modalidad formal, vendrían siendo trabajadores independientes, mientras que el 55.6% restante serían trabajadorxs informales según las fuentes citadas.

Infiriendo entonces que los vínculos laborales que establecen lxs agentes en formación son 84.2% informales, 5.3% independientes y 10.5% formales. Y en el caso de lxs graduadxs, 55.6% informales, 29.6% independientes y 14.8% formales.

También, teniendo en cuenta que algunos vínculos laborales establecidos entre agentes en formación y graduadx y las agencias de las Artes Plásticas locales se celebran bajo contratos verbales, se puede asumir que estos podrían ser tanto de carácter independiente como informal. Con lo anterior, se puede inferir que una de las características principales de los vínculos laborales es la informalidad.

Se identificó también que una de las características principales de los vínculos laborales era la inestabilidad, pues la ausencia de garantías laborales y servicios de protección en casos de vulnerabilidad, no solo generan inestabilidad laboral y económica, sino también emocional. Con lo que se puede inferir que los altos porcentajes de informalidad presentados anteriormente podrían estar ligados también con unas características de inestabilidad en los vínculos laborales, que además, podría estar afectando el bienestar de lxs agentes.

Otra de las características identificadas fue la baja remuneración económica. Se encontró

que alrededor un 70% de agentes en formación ingresa mensualmente menos de un salario mínimo, y alrededor de un 70% de graduadxs reportó ganar desde cifras inferiores al SMV, hasta cifras de 2 SMV, con lo que se infiere que otra de las características principales de los vínculos laborales es que son de baja remuneración.

Según la información del anterior párrafo, no solo tenemos que unas de las características principales de los vínculos laborales de ambas muestras son informalidad, inestabilidad y baja remuneración, sino que, se evidencia una desinformación respecto a las modalidades laborales¹⁸

Esta desconexión con información laboral en artes se evidencia también en los medios más usados para temas laborales por las 3 muestras, ya que mientras lxs agentes en formación y graduadxs buscan trabajo y difunden servicios laborales mayoritariamente a través de Instagram, las agencias locales hacen su búsqueda principalmente por Voz a voz de manera presencial o virtual (chats y llamadas) infiriendo no solo que existe una disparidad parcial en cuanto a medios de búsqueda y difusión de ofertas laborales, sino también una ausencia de información en cuanto a las maneras de conectar laboralmente con agencias locales.

Por último, se reitera esta falta de información en la parte cualitativa de la investigación¹⁹, que reportó una evidente percepción de precariedad sobre el campo relacionada con diferentes aspectos, a diferentes niveles; uno de ellos fue la falta de información y formación sobre el tema laboral, ligada a una percepción de responsabilidad por parte de las instituciones educativas frente a la ausencia de dichos contenidos. Observando así, que existe relación entre la falta de información sobre temas laborales y las principales características de los vínculos laborales de lxs agentes en formación y graduadxs, porque al no contar con estos contenidos, se generan situaciones dentro del campo que permiten vinculaciones laborales informales, inestables y de baja remuneración, que terminan llevando al campo y sus agentes a una condición de precariedad. Cabe aclarar que, dentro

¹⁸ Hay que tener en cuenta que existen zonas grises entre estas dos modalidades porque sus límites podrían llegar a ser difusos en ciertas condiciones particulares de contratación, así que las observaciones anteriores no son tan rígidas.

¹⁹ Se encuentra en la p. 36

de la investigación se reportaron otros factores que también inciden en esta condición del campo, como por ejemplo la falta de apreciación por el talento local, la ausencia de espacios dedicados a las Artes Plásticas, y la falta de formación de público.

Capítulo III: Exploración

Me parece profundamente necesario como humanos reconocer sinceramente hacia el otro un «me importas», «te importo», un «nos importamos», apoyado en la igualdad y el conocimiento (...). Urgiría entonces resituar (o imaginar) nuevos vínculos de confianza, esos imprescindibles para la vida creativa y para la vida social. (Zafra, 2017, p. 143)

Esta segunda fase se da en respuesta a la desconexión con temas laborales encontrada en el capítulo anterior. En vista que la investigación sugirió que este fenómeno podría estar afectando el bienestar profesional y personal de lxs agentes, la intención principal de esta fase fue fortalecer la conexión que estxs tienen con el campo laboral de esta profesión a nivel local a través de la exploración de diversos medios.

Para ello, se pensó en crear espacios de interacción social, que por un lado fomentaran el diálogo respecto a información laboral, y por otro, sirvieran como receptores de datos para seguir fortaleciendo estas conexiones a nivel local. A partir de esto, se realizaron tres exploraciones, donde la primera sugirió la importancia de crear la segunda, y las observaciones de estas dos sugirieron la tercera. A continuación en este capítulo se desglosan las dos primeras exploraciones, y la tercera se profundiza en el capítulo IV.

1. R-E-D

A día de hoy, es común observar el auge de las plataformas digitales, la ciudadanía digital y un sin número de actividades donde lo digital es parte fundamental, y es por ello que ser partícipes del cambio representa mejores oportunidades para transformar el mundo como lo conocemos. (J. Venegas, 2020)

Para compartir los datos recolectados en la investigación de la fase I, e información sobre temas laborales en torno a las Artes Plásticas, se pensó en varias opciones, sin embargo, la respuesta del medio más usado para socializar este tipo de contenidos estaba en la misma investigación de la fase anterior: Instagram (figura 16, pg. 34). Por ello se creó R-E-D, un espacio de socialización de contenidos referentes al campo laboral de las Artes Plásticas dirigido principalmente a agentes en formación de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali que a su vez, tiene como objetivos

específicos generar interacción entre lxs agentes (seguidores) y el contenido, promover vínculos de confianza y respeto, y generar diálogo entre lxs agentes.

a. Pasos del Proceso de Creación

Para lo anterior se llevaron a cabo los siguientes pasos:

Creación del Espacio de Difusión. Para la creación de la cuenta de Instagram destinada únicamente a este objetivo se definió el nicho²⁰ de este perfil: Artes Plásticas. Luego se pensó en un nombre para la cuenta que reflejara su intención, y después de ensayar varios como La Oficina, entre otros, se dejó R-E-D, porque abarca la idea de crear conexión y de ser un medio para compartir contenidos.

Creación de Contenidos. Se analizaron los formatos con mayor alcance dentro de la plataforma, resultando ser el reel²¹ el de más capacidad de difusión.

Dentro de esta categoría, se identificaron dos tipos de reels con más posibilidad de alcance dentro del nicho. El primero fue el meme en video, que en términos formales se caracteriza por ausencia de buena calidad de imagen y edición, por la descontextualización y apropiación de imágenes virales, y el humor como medio de comunicación. El segundo fue la narrativa en selfie, que formalmente se caracteriza por un encuadre de plano medio de un sujeto compartiendo información específica para su nicho, en buena calidad de imagen y audio, subtítulos, y con una duración alrededor 60 segundos.

Una vez teniendo y entendiendo estas características, el siguiente paso fue adaptar datos de la investigación al formato de reel. Donde se recopilaron, seleccionaron y editaron memes en relación con los contenidos de la fase I, para su posterior publicación. En paralelo, se adaptaron

²⁰ Nicho en redes sociales es un término de marketing que se utiliza para descubrir los temas que los usuarios de alguna red social buscan porque son parte de su estilo de vida. (Ideográfico, 2021) <https://idegrafico.com/marketing-digital/nicho-en-redes-sociales/>

²¹ Los **reels** son una función dentro de la red social de Instagram que permite tanto la creación como la edición de vídeos desde la propia app. (Arithmetics, 2023): arimetrics.com/glosario-digital/ree Formalmente es un formato de video vertical con una relación de 16:9 de corta duración, diseñado para maximizar el consumo de imágenes dentro de la plataforma.

algunos datos relevantes de la fase I, por medio de la redacción de un conjunto de guiones secuenciales, para luego grabarlos todos con la estética de la narrativa en selfie mencionada anteriormente.

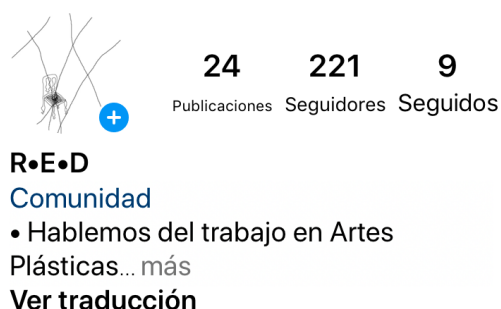
Publicación de contenido. El primer paso fue publicar una amplia cantidad de los contenidos creados para dar solidez al perfil, para luego promover su difusión a través de WhatsApp²² utilizando las bases de datos de las poblaciones de agentes en formación y graduadxs de la fase 1. Una vez hecho esto, se publicaron contenidos semanales para promover la creación de vínculos de confianza.

b. Observaciones

En Cuanto a la Creación del Espacio de Difusión. Gracias a la estrategia de difusión de la cuenta de Instagram R-E-D (creada el 26 de febrero de 2023 y activada con publicaciones a partir del 2 de junio) y de la interacción de lxs agentes seguidores que repostearon los contenidos, actualmente cuenta con 221 seguidores. De estos, la mayoría son agentes en formación de Bellas Artes Cali y otras universidades locales en menor medida, seguido de graduadxs de Bellas Artes Cali y otras universidades locales en menor medida, docentes de Bellas Artes, y otrxs agentes y agencias del campo de las Artes Plástica como Lugar a Dudas, FAVA, Litorialidades, NEXUS, entre otros.

Figura 20

Captura de pantalla del perfil de R-E-D en Instagram



Fuente: archivo personal, 2023.

²² Usando la estrategia que funcionó para esta población en la fase I.

En Cuanto a la Interacción entre lxs Agentes con el Contenido. El número de cuentas alcanzadas en el mes de julio fue de 3.934 (no seguidores) y de 204 (seguidores). El tipo de reel que generó más interacción fue el de narrativa en selfie. El reel de meme también generó interacción pero en menor medida. Las principales ciudades que interactuaron con R-E-D fueron Cali, seguido de Bogotá, Medellín y Palmira y los principales países fueron Colombia, España, México y Estados Unidos. Los rangos de edad de lxs agentes que siguen la cuenta son entre 25-34 en un 42,6%, 18-24 en un 28,8%, 35-44 en un 16%, entre otros.

La publicación más destacada fue el reel titulado *Relación entre la falta información y formación en temas laborales durante el periodo académico y la precariedad laboral*, con 1.015 reproducciones, 76 me gusta, dos comentarios, 8 veces compartido, y 4 guardados.

En Cuanto a la Interacción entre lxs Agentes Mismxs. Se observó que el espacio virtual no promovió el diálogo entre agentes, el encuentro de opiniones y preguntas respecto al tema, ya que los comentarios se caracterizaron por expresar agrado hacia el contenido por medio de emojis, y no en función de crear diálogo.

En Cuanto a la Generación de Vínculos de Confianza y Respeto. Se pudo observar que este espacio de difusión y sus contenidos, han ido generando vínculos de confianza y respeto, gracias a las interacciones positivas evidenciadas en el número de *me gusta*, comentarios no agresivos, veces guardado, compartido y repostado que generaron los reels de narrativa en selfie. También, el número de seguidores alcanzados en corto tiempo, el tipo de agentes que hacen parte y siguen activamente este perfil, dan cuenta de lo anterior.

En general se observó que Instagram a partir del reel de narrativa en selfie fue un medio excelente para compartir contenidos referentes al campo laboral de las Artes Plásticas dirigido a agentes en formación de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, ya que cumplió con su objetivo y

además, se extendió a lxs agentes de las Artes Plásticas locales fuera de la población a la que iba dirigida. Lo anterior evidencia que, en la actualidad, este es un medio que funciona para difundir este tipo de contenidos, direccionado especialmente hacia poblaciones que tienen un rango de edad entre 18 y 34 años.

En cuanto a este medio como propuesta generadora de diálogo, se observó que a pesar de usar varios elementos que posibilitan la comunicación, no fomentó el diálogo entre los participantes de la manera que se esperaba.

2. Tarjeta en Blanco

Todxs sabemos sobre el potencial de los medios digitales para agenciar los caminos profesionales. Sin embargo, paradójicamente en la era digital que vivimos actualmente, como lo menciona Zafra en su libro *El entusiasmo* (2017), los vínculos que se establecen por medio de las redes sociales y páginas web, carecen en su mayoría de valores importantes como confianza, respeto, y empatía por la otredad, entre otros. Sin descartar su uso, la autora enfatiza en la importancia de humanizar estos vínculos para promover así de alguna manera bienestar a nivel personal y profesional.

Esta segunda exploración se gestó a raíz de la anterior, donde se observó que a pesar de usar un medio digital, fue posible fomentar vínculos de confianza y respeto, sin embargo, no promovió el diálogo entre lxs agentes mismxs.

Con base en esto, y en la desconexión en torno a contenidos laborales entre Bellas Artes Cali, agentes en formación y graduadxs en Artes²³, se propuso involucrar de manera más activa, personal e íntima a lxs agentes en formación para responder a sus inquietudes más latentes frente al campo laboral, y que no han tenido la oportunidad de manifestarlas.

Es aquí donde nace TARJETA EN BLANCO, una propuesta que apunta al fortalecimiento de vínculos entre Bellas Artes, sus agentes en formación y graduadxs en Artes Plásticas a partir de

²³ Aspecto evidenciado en la fase I, p. 41

contenidos sobre el campo laboral de las Artes Plásticas. A su vez, tiene como objetivos específicos la creación de un método a partir de la estética relacional que fomente el diálogo entre lxs agentes en formación y graduadxs, gestionar una alianza con Bellas Artes Cali a partir de un patrocinio, y fomentar el fortalecimiento de vínculos de confianza.

a. Pasos del Proceso de Creación

Para lo anterior se llevaron a cabo los siguientes pasos:

Creación del Método. Para la creación de este método se tomó como referencia un programa de televisión dirigido por Alejandro Jodorowsky²⁴ (1984) llamado *Carta Blanca*. En este programa se invitaba a un agente para ser entrevistadx en transmisión directa, y al final de la entrevista, la pareja de Alejandro le leía el Tarot al entrevistadx, dando fin al show. Los aspectos por los que fue un referente para la creación de esta propuesta fueron el dinamismo que la lectura del Tarot le daba al encuentro, y la cercanía que se gestaba entre el entrevistadxr y el entrevistadx debido al carácter íntimo de esta actividad.

Figura 21

Entrevista a Beatriz Preciado en el programa Carta Blanca dirigido por Alejandro Jodorowsky

²⁴ Artista multifacético chileno-francés conocido por su trabajo en cine, teatro, poesía, cómics y psicoterapia, director de varias películas notables, como "El Topo" y "La Montaña Sagrada", que se consideran clásicos del cine de culto.



Fuente: Carta Blanca, captura de pantalla en el min 39:40, 2006. RTVE PLAY
[\(https://www.rtve.es/play/videos/carta-blanca/carta-blanca-n6-jodorowsky/865895/\)](https://www.rtve.es/play/videos/carta-blanca/carta-blanca-n6-jodorowsky/865895/)

Finalmente, se creó un método de entrevistas basadas en preguntas anónimas que giraban en torno a una baraja de tarjetas en blanco y blancas, en las que lxs agentes que asistían al evento registraban dichas preguntas de manera anónima, con el ánimo de dar la oportunidad de preguntar cualquier cosa sin ser juzgado y tener la misma oportunidad que todos de ser respondida su pregunta.

La propuesta consistió en una serie de tres encuentros en los que se entrevistó a 6 agentes graduados de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali en torno temas laborales, a partir del método de TARJETA EN BLANCO, con un aforo máximo de 15 personas en total para facilitar la intimidad, la comodidad y así propiciar vínculos más amenos y de confianza entre lxs agentes.

A su vez, este método se pensó como una herramienta de investigación en doble sentido, por un lado, investiga la información brindada de manera oral por lxs entrevistados, y por otro, investiga las inquietudes más recurrentes respecto al tema laboral registrados de manera escrita en las tarjetas. Ambas fuentes, son conservadas para ser objeto de análisis y como material de difusión con fines informativos y formativos.

Instrucciones del Método.

1. Se reparte una tarjeta a cada asistente a la entrevista, donde cada unx escribe una pregunta anónima en la tarjeta referente al tema laboral dirigida a lxs invitados (hay 10 minutos para pensar y escribir). Las preguntas se pueden hacer únicamente a través de dichas tarjetas.
2. Se recogen las tarjetas y se barajan sin ser leídas.
3. Lxs agentes a entrevistar escogen una tarjeta al azar, y cada unx decide si responder o no, y cuánto profundizar.
4. Responden a la pregunta de la tarjeta escogida.
5. Escogen otra tarjeta al azar, la responden y así hasta un tiempo límite de una hora.
6. A modo de cierre, se hace un compartir.

Selección de Entrevistadxs. Para escoger a lxs agentes a entrevistar, primero se definieron unas categorías laborales²⁵ con base en los datos de la fase 1, con el objetivo de incluir perfiles laborales diversos, y dar perspectivas diferentes a las inquietudes de lxs participantes. Por otro lado, también se tuvo en cuenta el período de graduación (del 2015 al 2022) por cuestiones de alcance del proyecto.

La dinámica de la entrevista se planteó con una dupla de graduadxs por encuentro, escogida con base en afinidad laboral y afinidad entre la dupla, con la intención de diversificar las respuestas a modo de diálogo entre ellxs dos, ya que aunque pueden tener afinidades laborales, sus producciones artísticas pueden ser dispares, al igual que sus maneras de relacionarlas con su actividad laboral.

Las duplas escogidas fueron:

²⁵ **Categorías laborales**

G: gestión de recursos para becas de estudio y creación

V: venta de producciones artísticas por medio de galerías

A: autogestión online de producciones artísticas

P: pedagogía en artes

1. **Andrea Puentes A y María Balaguera (Maribala) A** por su afinidad en autogestión online de sus producciones artísticas, ambas muy ligadas a la gráfica.
2. **Johan Samboní VG y Miguel Escobar G** por su afinidad en gestión de recursos para becas de estudio y creación, a pesar de tener producciones artísticas diferentes.
3. **Dayana Camacho PG y Eblin Grueso²⁶ P** por su afinidad en pedagogía en artes a pesar de tener producciones artísticas diferentes.

Gestión de Alianzas. Para fortalecer los vínculos entre los agentes y Bellas Artes Cali, una meta importante fue gestionar una alianza con dicha institución a partir de un patrocinio. Para ello, primero se hizo un encuentro virtual en el que se presentó la propuesta de implementación del método, en el que participó decanatura de FAVA, jefatura de departamento de ambos programas (Artes y Diseño), coordinación de investigaciones de FAVA y coordinación de eventos de FAVA. Otra reunión sólo con la coordinadora de eventos de FAVA, para negociar intereses en común sobre temas relacionados con: graduadxs a entrevistar, fechas de ejecución y presupuesto. Otra con decanatura para una aprobación parcial del presupuesto. Y una vez aprobado lo anterior, se gestionó el lugar, los equipos, la publicidad, el refrigerio y el personal de apoyo, en trabajo en equipo con coordinación de eventos y secretaría de facultad. Proceso que tuvo una duración total de aproximadamente 3 meses. También, en mira de fortalecer los lazos interinstitucionales se buscó alianzas con el Centro de Documentación (CEDOC) del Museo La Tertulia, y con Lugar a Dudas para el uso de estos espacios para llevar a cabo los encuentros de Tarjeta en Blanco, sin embargo, a pesar de haber logrado dicho respaldo, durante la coordinación de agenda no se alcanzaron a concretar las alianzas por temas de cronograma.

Ejecución del Método. Una vez se aprobó parcialmente el presupuesto, se invitaron a lxs graduadxs escogidos con base en las categorías laborales, se cuadraron agendas entre su

²⁶ Este agente es el único no graduadxs, sin embargo por su trayectoria, afinidad laboral con su dupla y su aporte a la actividad según su experiencia en el campo laboral, se tomó la decisión de incluirlo.

disponibilidad de tiempo, la disponibilidad del espacio y el calendario académico. Teniendo lo anterior, se mandó a hacer la publicidad del evento con una pasante de diseño gráfico, publicidad que se difundió por medio de la cuenta de Instagram R-E-D, en colaboración con la cuenta oficial de la FAVA y esta a su vez, se difundió por WhatsApp a agentes en formación y graduados. Finalmente, los tres encuentros para poner en práctica el método se hicieron durante la segunda semana de junio, uno el martes 13 y los otros dos el miércoles 14.

Figura 22

Primer encuentro de Tarjeta en Blanco con la dupla de Andrea Puentes y Maribala



Fuente: archivo personal, 2023.

b. Observaciones

En Cuanto al Método. Hubo facilidad de entrar en la dinámica del método, con respeto y escucha profunda durante toda la sesión en los tres encuentros por parte de los agentes participantes.

Se logró levantar información muy valiosa para la comunidad artística local en general, incluyendo agentes en formación y graduados de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali. Aspecto que se puede evidenciar en las tarjetas blancas con las preguntas que muestran intereses en común respecto al tema, en el registro audiovisuales que evidencian las diferentes maneras de abordar el tema laboral en la localidad y, cómo este se relaciona con los procesos creativos y personales de cada agente de acuerdo a sus perfiles.

En Cuanto al Fortalecimiento de Vínculos. Tanto agentes en formación como graduadxs que asistieron a los encuentros expresaron agradecimiento verbal hacia el evento, ya que consideraron de mucho valor este espacio, identificándolo como necesario. También expresaron un deseo por que se repita esta propuesta o en su defecto, se sigan gestando encuentros en torno a este mismo tema.

Lxs artistas graduadxs invitados, expresaron observar la coherencia entre la temática del evento y el hecho de ser patrocinado por Bellas Artes con pago de honorario para ellxs, aspecto que se puede asumir como un fortalecimiento de vínculos de confianza entre agentes graduadxs y Bellas Artes.

En Cuanto al Patrocinio. El patrocinio aportó un mejor desarrollo de esta propuesta en términos logísticos y económicos. Teniendo en cuenta la precariedad del campo mencionada en la fase 1, el patrocinio facilitó pagar honorarios a lxs invitados y a sus organizadores, generando que la propuesta fuera coherente al no precarizar su ejecución. Del mismo modo, fortaleció los vínculos entre Bellas Artes y sus agentes en formación y graduadxs de Artes Plásticas.

Durante el periodo de gestión del patrocinio, fue importante aprender a mediar intereses de ambas partes, para llegar a una formalización lo más beneficiosa posible para todxs. También se observó que para gestionar un evento en alianza y patrocinio con otros agentes y agencias, es de suma importancia hacerlo con un tiempo de anticipación superior al prudente, ya que las agencias tienen unos tiempos establecidos para la recepción de propuestas, ejecución de recursos, sin mencionar la elongación de los mismos por cuestiones burocráticas.

En Cuanto a la Escogencia de las Duplas. La elección de las duplas fue atinada en el sentido que cada una, gracias a sus recorridos, experiencias y afinidad entre sí, creó un espacio cómodo, en el que fluyeron respuestas sinceras, complementadas con la mirada del otrx, y nutritivas para lxs asistentes. Lo cual, permitió hacer un levantamiento de datos mucho más enriquecedor, contextual y

diverso, en relación a la pregunta cualitativa respecto a la percepción del campo laboral de las Artes Plásticas preguntada en el formulario de google durante la primera etapa investigativa del proyecto.

En Cuanto a la Estrategia de Difusión de la Propuesta. La acogida del evento a nivel institucional y local fue cálida, gracias a la estrategia de difusión en Instagram, ya que esta se publicó por el perfil de R-E-D en colaboración con el perfil de FAVA, dando no sólo visibilidad al evento, sino también, difusión a la información compartida previamente como parte de la exploración anterior (R-E-D).

Figura 23

Captura de pantalla de la publicidad del evento de Tarjeta en Blando en una publicación compartida en Instagram entre R-E-D y FAVA



Fuente: archivo personal, 2023.

En general, gracias a la articulación entre decanatura, jefatura de departamento, coordinación de eventos y demás personal que participó de los encuentros desde diferentes roles enmarcados dentro del patrocinio de Bellas Artes Cali, se logró llevar a cabo de principio a fin la propuesta, con calurosa acogida tanto por agentes en formación (estudiantes), graduadxs, docentes y algunxs agentes de las Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, cumpliendo con su objetivo principal.

Capítulo IV: Acercamiento a la Plástica Investigativa

En efecto, no es en la noche donde las luciérnagas han desaparecido. (...) No, las luciérnagas han desaparecido en la cegadora claridad de los feroces reflectores (...) (Didi-Huberman, 2009 p. 22)

Didi-Huberman en su texto *La supervivencia de las luciérnagas* (2009), aborda una metáfora alrededor de las luciérnagas, haciendo referencia a estas como los brillos tenues e intermitentes que devienen de aquellos artistas y demás pensadorxs de diferentes campos, que en medio de la bruma y a pesar de la deslumbrante y dura luz artificial de los reflectores, relucen con su peculiar manera de pensar y existir a partir de cualquier gesto, por más sutil que sea, buscando su libertad haciendo lo imposible por resplandecer afirmando sus propios deseos y dirigirlos a otros. (Huberman, 2009).

Después de haber realizado el primer año de investigación y el medio año de exploraciones, nació una creciente inquietud por indagar el aspecto personal e íntimo de lxs agentes, ya que se sintió la importancia de crear un espacio para pensarse a sí mismxs en relación a la precariedad laboral, un espacio alejado del ruido y velocidad de la cotidianidad, que en ocasiones nos encandila y enceguece.

A partir de esto nació la Plástica Investigativa, un modo de creación artística de autoría propia, que se basa en la recolección de datos y se desarrolla en términos estéticos en tiempo real a través de la interacción de los participantes con elementos plásticos, en el caso de esta propuesta la luz y el color, sin embargo la escogencia de estos depende de las especificidades de cada propuesta. Esta práctica involucra a los agentes (participantes) en la creación activa de contenido artístico al mismo tiempo que exploran un tema o concepto en particular.

En lugar de seguir una forma artística predefinida, la Plástica Investigativa permite que la obra de arte se desarrolle de manera espontánea a medida que los participantes interactúan con los elementos plásticos proporcionados. La recolección de datos, en este contexto, no se refiere necesariamente a la recopilación de información tradicional, sino más bien a la captura en tiempo real de las experiencias y percepciones de los participantes a medida que interactúan con los elementos plásticos dispuestos en el lugar, en este caso la luz y el color.

En resumen, la Plástica Investigativa es una forma de creación artística colaborativa y experiencial que se basa en la interacción con elementos plásticos para expresar y explorar ideas, temas o conceptos de manera dinámica.

A continuación, en este capítulo se cuenta el proceso por el cual se llegó a dicha exploración.

1. Acercarse para Alumbrar

Haciendo una recapitulación de lo que ha significado el tejido de estos datos y sus exploraciones de socialización hasta el momento en el proyecto, se llegó a la observación que todo lo anterior, ha sido gracias a la participación de una cantidad de agentes y agencias, y que en la medida que más agentes hacían parte del proyecto, crecía la posibilidad de extender la conexión hacia otros agentes. Es decir, que en la medida que se generaba un acercamiento por parte de ellxs, la información se potencializaba, y esto a su vez generaba más acercamiento, identificando que el elemento participativo era indispensable para esta exploración. En conexión a lo anterior, se apuntó a que la interacción de lxs agentes participantes de esta exploración generara un cúmulo de información a partir de un elemento plástico.

Siguiendo la metáfora de la luz de las luciérnagas que usa George en el texto citado anteriormente, aludiendo a lo tenue pero esperanzador que emanan las expresiones artísticas provenientes desde el profundo interior, el elemento plástico a partir del que se quería formar un cúmulo de información, terminó siendo un conjunto de luces, de resplandores producto de una reflexión personal de lxs participantes, y de este modo se empezó a gestar esta exploración.

a. Pasos del Proceso de Creación

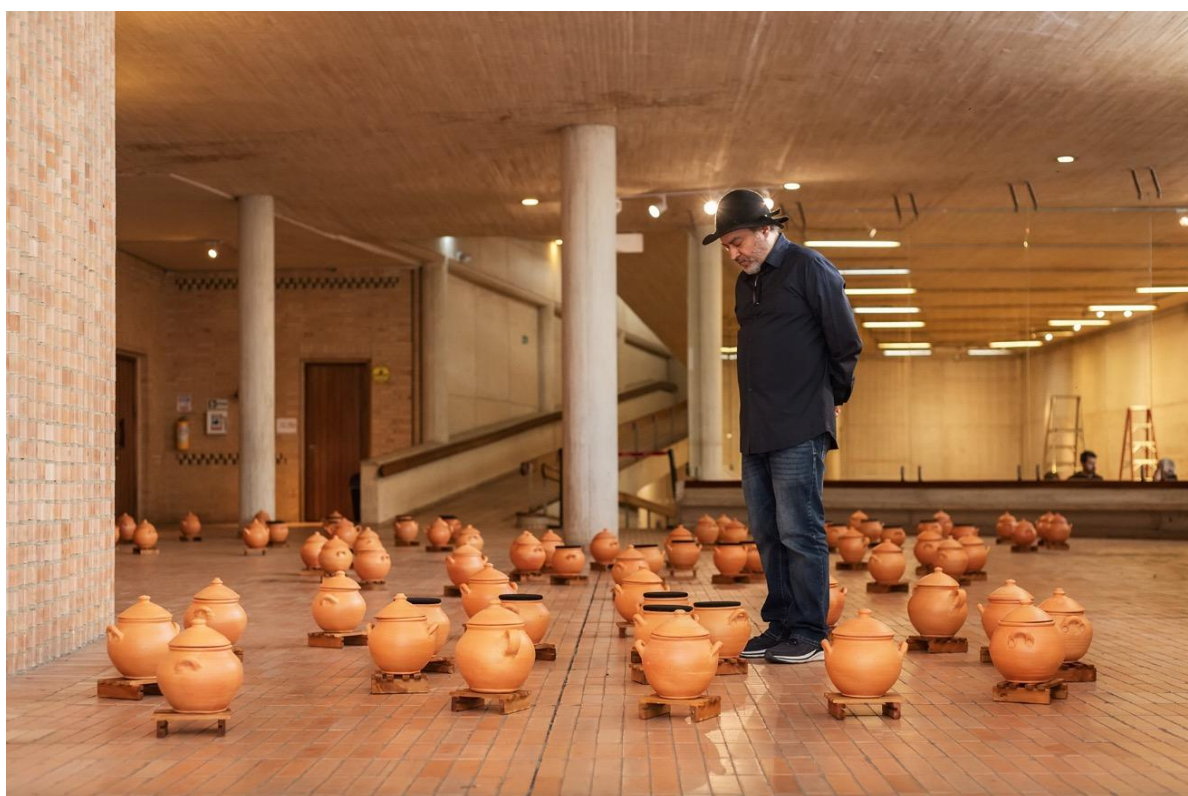
Para lo anterior se llevaron a cabo los siguientes pasos:

Definición de Elementos de la Exploración. Para la consolidación de esta exploración, se tuvo como referente la obra *Sana y sueña la verdad* (2022) del artista colombiano León David Cobo.

Esta instalación consiste en generar una experiencia inmersiva que invita al público a reflexionar sobre la violencia armada en Colombia, a partir de una serie de espirales conformados por vasijas de barro ubicadas en el suelo, desde los cuales se emiten diferentes sonidos compuestos a partir de grabaciones del páramo de Sumapaz, creando una atmósfera sonora envolvente. Antes de entrar a la sala de exposición, el artista hace una introducción contextualizando la pieza, y hace una invitación a los asistentes para que se pregunten por lo que les gustaría sanar en sí mismos, en el entorno cercano y en el país, reflexión que cada asistente escribe en un papel dispuesto en la entrada del espacio, el cual se introduce en la vasija de la composición sonora con que más se identifique cada uno. Así la instalación invita al público a reflexionar sobre la importancia de la sanación individual y colectiva, posibilitando una sensibilización sobre el tema tratado.

Figura 24

Sana y suena la verdad, León David Cobo, 2022



Fuente: León David Cobo, 2022. Ideas que suenan (<https://www.ideasquesuenan.com/la-verdad-vasijas/>)

Los aspectos por los que fue un referente para la creación de esta propuesta, fueron la dinámica usada para invitar a reflexionar sobre aspectos puntuales, y el hecho de generar un espacio de inmersión sensorial para ello.

Hasta el momento se tenían varios aspectos en consideración para la creación de la exploración plástica investigativa, que eran la creación de un espacio íntimo que propiciara un ambiente para pensarse a sí mismxs en relación a lo laboral, la luz que se activase con la interacción in situ de lxs asistentes a la muestra, y preparar una dinámica que invitara a esta reflexión. Sin embargo, no se sabía cómo visibilizar estas reflexiones. Entonces para poder dar opciones de responder de manera visible, se pensó en el uso del color para ello. Y la manera de unir la luz y el color, después de varias exploraciones, resultó siendo un lente cilíndrico transmisor de luz pintado en uno de sus extremos con un color primario. Dando así, opción de escoger un lente en relación a la reflexión personal de cada agente que participara de la muestra, que expuesto a una fuente de luz iba a ser visible.

Figura 25

Lente de color del dispositivo

Fuente: archivo personal, 2023.

Sólo faltaba el dispositivo que sirviera como fuente de luz canalizadora de esta reflexión. Para ello, se tuvo en cuenta la participación colectiva característica de la totalidad de este proyecto, pensando así, un dispositivo de fuente lumínica en donde cada unx de lxs agentes participantes aportara desde su propia reflexión a partir de un lente de color. Se definió que el dispositivo fuese de forma hexagonal, gracias a que en términos formales permite un acercamiento cómodo del público hacia este en el momento de ubicar el lente, y un flujo óptimo de tránsito al momento de rodearlo.

Consolidación de la Propuesta. En la medida que se iban definiendo los elementos fundamentales se fueron haciendo bocetos, cotizaciones de materiales y luego exploraciones con los materiales más pertinentes y así, paso a paso, se fueron depurando aspectos y se fue conformando el dispositivo, la dinámica y su montaje en simultáneo.

Dinámica de la Propuesta. Para facilitar el análisis de la información recolectada por medio del dispositivo, esta propuesta parte de una invitación dirigida inicialmente a lxs agentes graduadxs pertenecientes a la población 2 estudiada en la fase I del proyecto, como también a lxs agentes en formación de los últimos semestres quienes empiezan a tener contacto con el campo laboral. (36 agentes en total).

La dinámica se compone de tres momentos:

1. Al ingresar a la sala, se hace una introducción oral en la que se contextualiza la muestra y en la que se invita al público a reflexionar sobre dos preguntas escritas en un papel impreso²⁷:

¿En qué medida sientes que tu trabajo está precarizado?

¿En qué medida crees que has precarizado el trabajo de otrx?

La reflexión producto de la primera pregunta se responde por medio de la escogencia de un lente de color, donde azul equivale a una percepción de no precarización, amarillo a una percepción intermedia y rojo a una percepción de una alta precarización.
2. Una vez escuchada la introducción, el segundo momento es para que lxs agentes se tomen un tiempo en pensarse a sí mismxs en relación a las preguntas y posteriormente escojan y tomen un lente correspondiente a su reflexión.
3. El tercer momento es para responder a la segunda pregunta, donde se invita a lxs agentes a que ubiquen el lente escogido en el dispositivo (lámpara principal) de acuerdo a la medida en creen que precarizan el trabajo de otrx, siendo el centro del

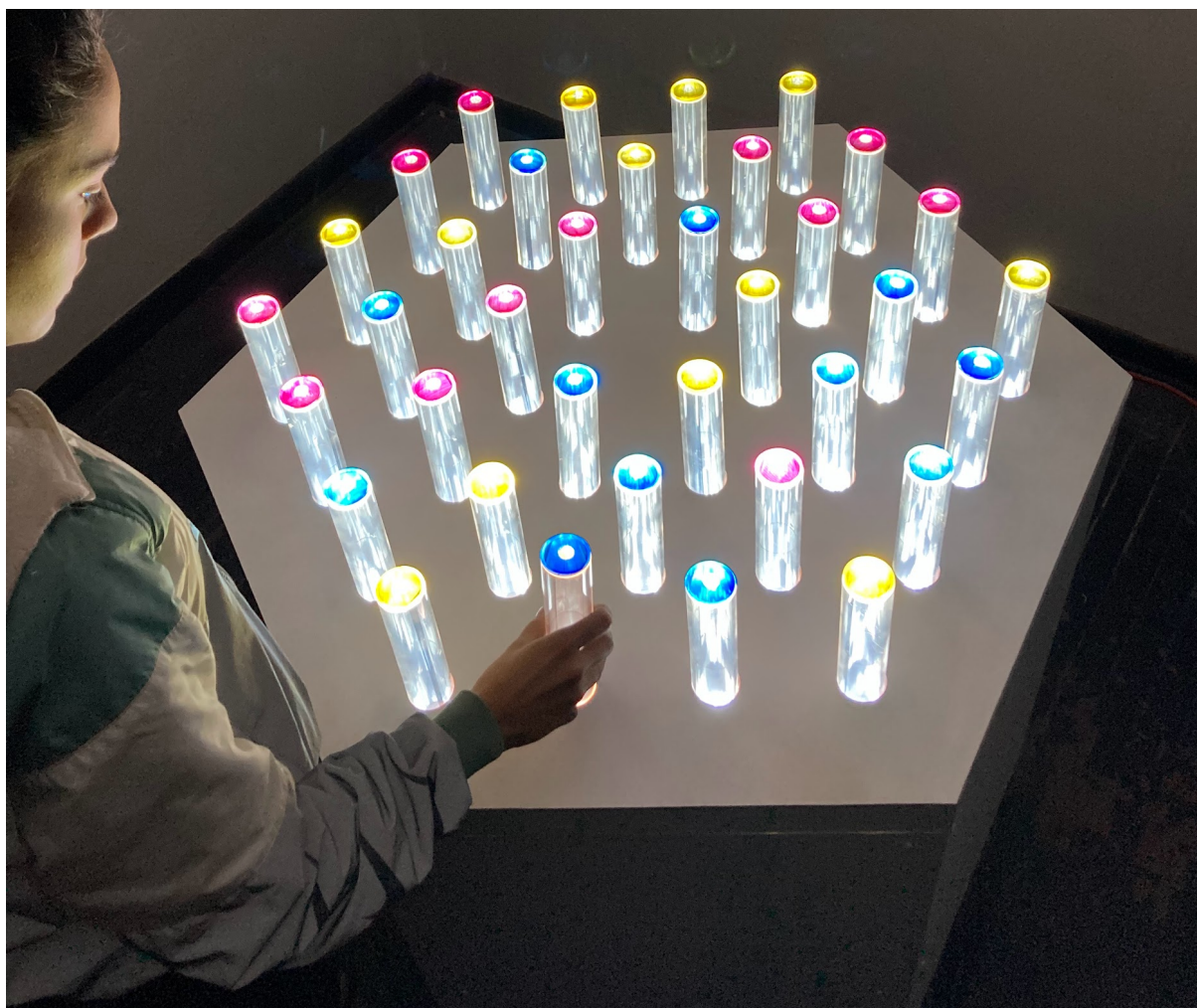
²⁷ Se encuentra en Anexos, p. 83

dispositivo mucha precarización hacia otrxs, y la periferia del dispositivo ninguna precarización hacia otrxs. Hay que tener en cuenta que no se pueden mover los lentes que otrxs asistentes hayan ubicado.

Al salir de la sala, se entregará un código QR²⁸ impreso, en el que lxs agentes que deseen profundizar acerca del trabajo de grado, lo podrán hacer, con esto dando por terminada la dinámica.

Figura 26

Dispositivo de recolección de datos con todos los lentes puestos



Fuente: archivo personal, 2023.

²⁸ Se encuentra en Anexos, p. 83

Figura 27

Exploración Acercarse para alumbrar: Visualización del proceso de ubicación de lentes en el dispositivo.



Fuente: archivo personal, 2023.

Figura 28

Exploración Acercarse para alumbrar con tres lentes



Fuente: archivo personal, 2023.

Figura 29

Exploración Acercarse para alumbrar con los 36 lentes



Fuente: archivo personal, 2023.

Acercarse para alumbrar terminó siendo una exploración plástica que plantea una invitación a reflexionar sobre la percepción de precariedad laboral que cada agente participante tiene con esta, por medio de la luz y el color en un espacio íntimo, además de permitir por medio de su ejecución la recolección de datos respecto al mismo tema. Consiste en una instalación que tiene como eje central un dispositivo lumínico, el cual se activa y cobra fuerza en la medida que los participantes interactúan con este, al ir ubicando lentes de colores según las indicaciones dadas en la introducción. Dicha interacción va generando un espectro lumínico en la sala, el cual va tomando el tono del conjunto de colores y ubicaciones que cada agente ha ido aportando como resultado de su reflexión.

Museografía. En cuanto a la visión general para la muestra, se plantea dividir la sala en tres espacios, cada uno correspondiente a uno a los momentos de la dinámica, aludiendo también a cada una de las etapas del proceso de investigación experimentado: el espacio 1 de introducción oral, aludiendo a los inicios de la investigación donde la única luz fue la pulsión, en este caso la luz del siguiente espacio difuminada por la transparencia del velo que divide los espacios, el espacio 2 para la elección de los lentes, aludiendo a la etapa de recolección de datos ya con una iluminación que deja ver claramente los elementos del espacio y los participantes, y el espacio 3 para la ubicación de los lentes en la fuente de luz, que alude a la etapa de análisis y socialización de los datos encontrados, que es un espacio oscuro y se ilumina sólo cuando los lentes se ponen en el artefacto. Cada espacio se presenta separado por medio de un velo a modo de división para enfatizar la atención en cada momento planteado, permitiendo vislumbrar el espacio siguiente, y acentuando el paso a la siguiente etapa investigativa, creando la atmósfera tenue deseada acompañado de paredes blancas en toda la sala. Lo anterior teniendo en cuenta que la entrada es por la puerta del taller múltiple, y la salida es por la puerta cercana a la cafetería.

Evaluando las dimensiones de la sala de exhibición se plantea lo siguiente:

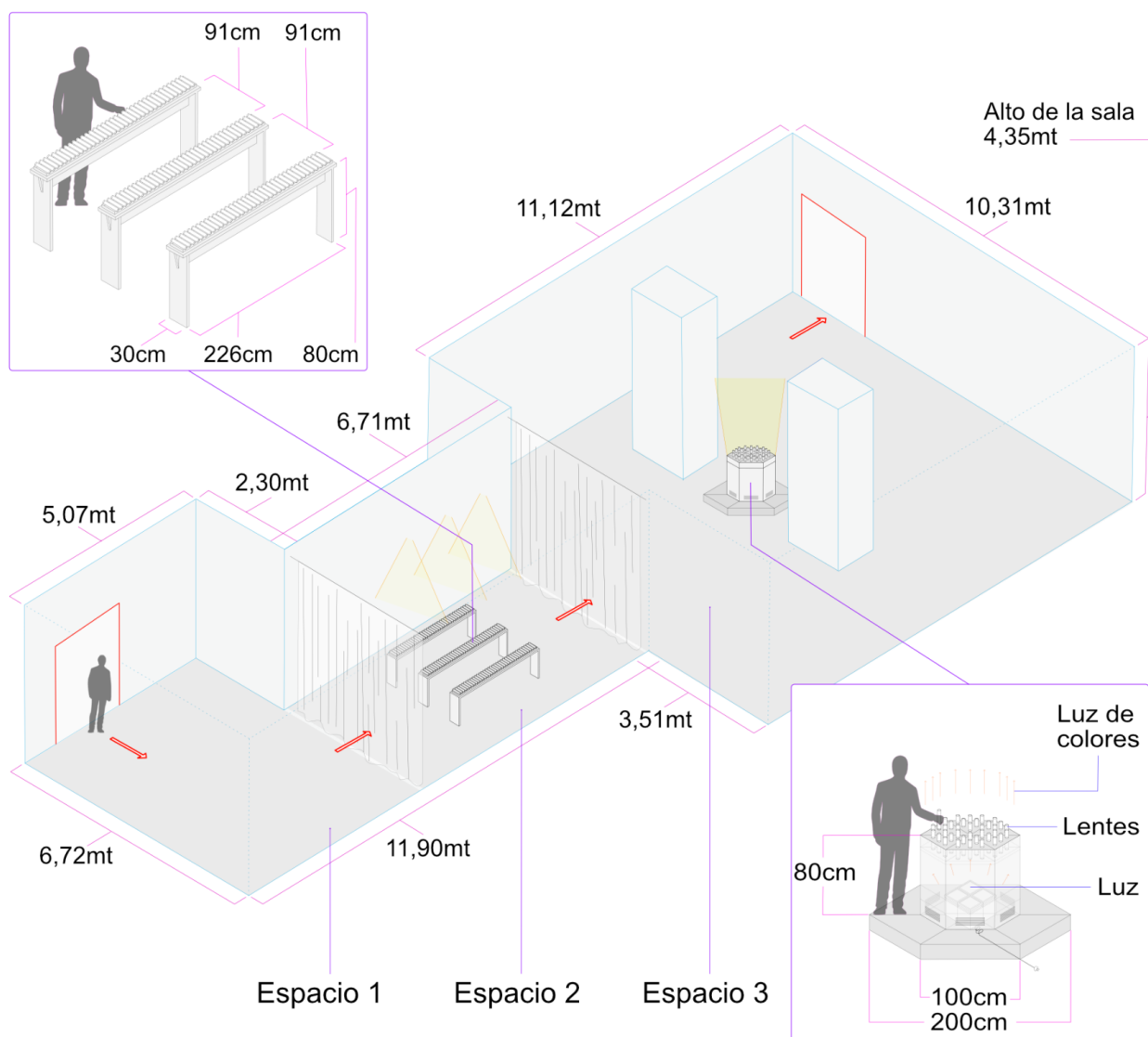
- Espacio 1: Introducción. Este espacio está dedicado a dar la introducción y crear desde ahí una atmósfera para reflexionar. Se plantea una iluminación tenue para evocar recogimiento.

- Espacio 2: Elección de Lentes. Este espacio está dedicado a la elección de los lentes por parte de cada asistente. Aquí se encuentran dispuestos la totalidad de los lentes en tres mesas largas de 126 x 30 x 80 cm, ubicadas paralelamente a las paredes del pasillo que une el espacio 1 con el 3, una al lado de la otra separadas por 91 cm entre ellas para permitir un recorrido óptimo. La iluminación se plantea cenital para resaltar los colores de los lentes y facilitar su escogencia.
- Espacio 3: Disposición de Lentes. Este espacio está dedicado para la ubicación de los lentes en el dispositivo lumínico que se plantea ubicar en la mitad de la sala y en medio de las dos columnas. Dicho dispositivo estará dispuesto sobre un escalón hexagonal de 2 m de diámetro por 18 cm de alto, buscando acentuar el momento en el que cada asistente da el paso para acercarse y contribuir con su lente. Para la iluminación se plantea que la única fuente sea proveniente del dispositivo, la cual va aumentando en la medida que lxs asistentes aportan con su lente.

Dentro de esta propuesta, hay algunos posibles desafíos a considerar. En el espacio 1, uno de estos aspectos es que la introducción realmente toque la fibra de lxs participantes y que se sensibilicen con el tema a reflexionar. En el espacio 2, a pesar que se pensó en un diseño de muebles museográficos alargados para optimizar el recorrido del espacio y facilitar el acceso a los lentes, el desafío es la posibilidad que se formen aglomeraciones en algunos puntos, interrumpiendo el tránsito y asimismo, la experiencia. Y en el espacio 3, el posible desafío es que lxs asistentes se acerquen a activar el dispositivo por sí mismxs.

Figura 30

Plano de montaje en la Sala de exposiciones de Bellas Artes Cali²⁹



Fuente: elaboración propia, 2023.

b. Observaciones

En Cuanto a la Dinámica. La dinámica estaba pensada para que los participantes escucharan la introducción, recibieran el papel con las dos preguntas en el espacio 1, y continuaran el recorrido

²⁹ Nota: durante el proceso de premontaje y montaje final de la muestra, existe la posibilidad que algunos detalles de iluminación, entre otros, cambien ligeramente.

de manera independiente hacia los otros dos espacios tomándose cada unx el tiempo necesario para pensar sus respuestas. Sin embargo, a partir de la interacción con el primer grupo conformado por 11 participantes de VIII semestre³⁰, se observó que la dinámica tuvo más fluidez al hacer un acompañamiento durante el recorrido por los tres espacios, durante el cual se introdujo el tema a partir de preguntas a lxs participantes sobre sus propias experiencias, creando un diálogo entre todxs.

Después de la interacción de 8 grupos, con un total de 104 participantes³¹, se evidenció que a partir del diálogo e intercambio de saberes en torno al tema tratado, se logró crear un espacio íntimo de acercamiento y sensibilización hacia temas laborales en torno al arte, donde la tenue luz de cada espectro lumínico aportada por cada unx de ellxs en medio de la penumbra, jugó un papel importante en dicha intimidad y diálogo ya que al interpretar in situ los datos recolectados en colores y posiciones se generaba más intercambio y conexiones de experiencias entre lxs agentes.

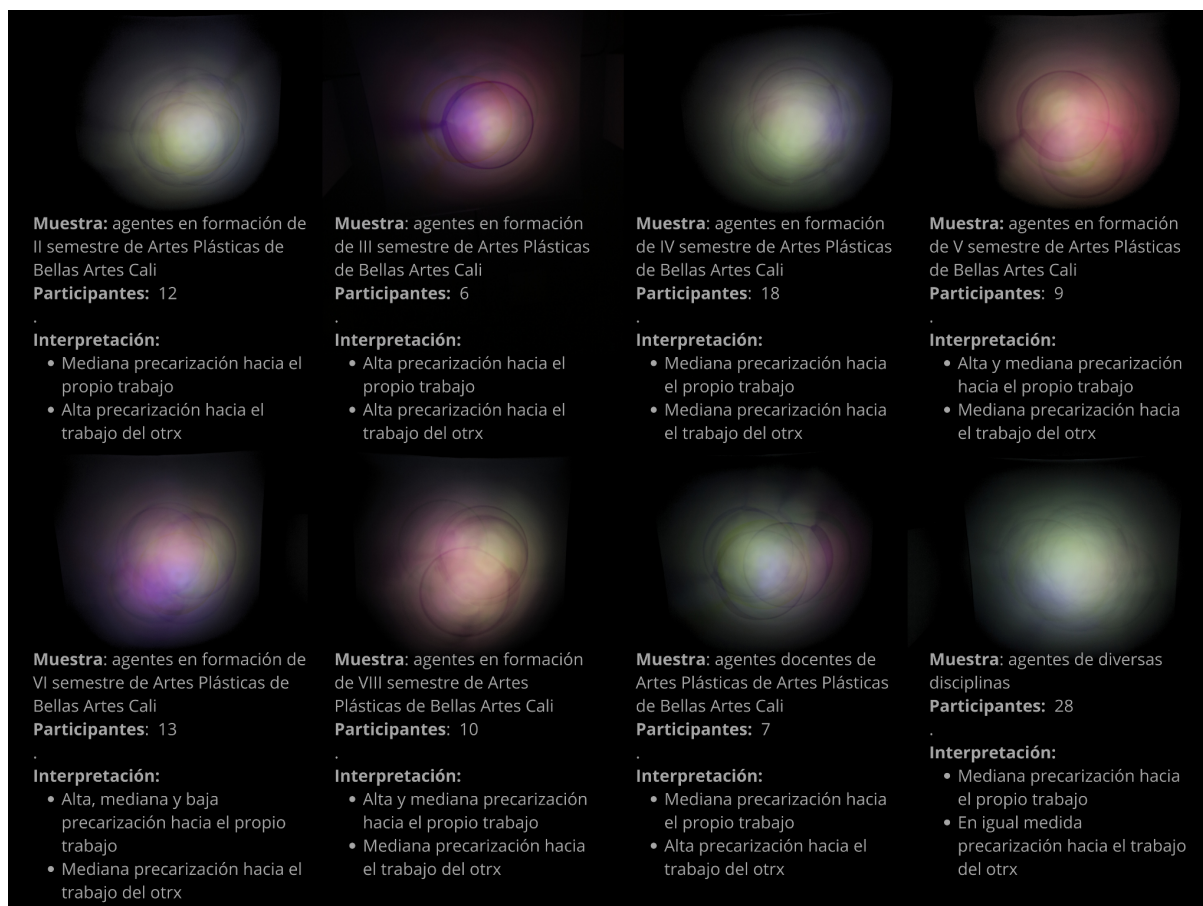
En Cuanto a la Plástica Investigativa. Gracias al componente dialógico y a la utilización de la luz y el color en esta propuesta, se ha logrado con éxito el objetivo de crear un espacio íntimo que invitara a la reflexión sobre la percepción de precariedad laboral de cada participante en relación al campo laboral. Además, el registro fotográfico de cada espectro ha permitido capturar la información lumínica de cada grupo, lo que posibilita una interpretación más completa del tema tratado. Esta propuesta también ha demostrado ser una herramienta de investigación eficaz para explorar aspectos puntuales de un tema, proporcionando un registro visual que complementa la información oral sirviendo como material de análisis.

Figura 31

Espectros lumínicos de cada una de las 8 muestras con que se activó el dispositivo

³⁰ De Artes Plásticas de Bellas Artes Cali.

³¹ Las especificaciones de los grupos que participaron se pueden ver en la Figura 31, p. 69



Fuente: elaboración propia, 2023.

Interpretación de Datos.

- En respuesta a la primera pregunta, ¿En qué medida sientes que tu trabajo está precarizado?, se destaca una tendencia hacia una mediana precarización, representada mayoritariamente por el color amarillo en el espectro lumínico de las 8 muestras analizadas. Esta mediana precarización se observa de manera más marcada en cuatro de las muestras (II semestre, IV semestre, docentes de arte y agentes de diversas disciplinas), abarcando prácticamente todo el espectro de colores. Por otro lado, se evidencia una alta precarización hacia el trabajo propio en tres de las muestras (III, V y VIII semestre), donde el color rojo predomina.
- En cuanto a la segunda pregunta, ¿En qué medida crees que has precarizado el trabajo de otrx?, se observa una distribución variada. Mayoritariamente, se aprecia una percepción de mediana precarización hacia el trabajo de otros, reflejada por la ubicación de los lentes en la

mitad del dispositivo en las muestras IV, V, VI y VIII semestre. No obstante, se destaca también una alta precarización hacia el trabajo de otras personas en tres muestras específicas (II semestre, III semestre y docentes de arte), donde los lentes se encuentran en el centro del artefacto.

Estos resultados muestran entonces, una percepción de mediana precarización tanto hacia el propio trabajo como hacia el trabajo de otros, dentro del contexto analizado. Hallazgos que se complementan con los diálogos internos a nivel de grupo sobre las razones y las posibles maneras de mejorar las condiciones laborales.

A partir de lo mencionado, se evidencia un ejemplo de cómo la Plástica Investigativa, efectivamente estimula la sensibilización y el acercamiento a un tema específico mediante la recopilación y socialización de datos, utilizando elementos plásticos. Además, de ofrecer la oportunidad de utilizar los registros visuales como material de análisis posterior a los encuentros.

Capítulo V: Consideraciones Finales

El punto de partida del proyecto tuvo como objetivo fortalecer los vínculos laborales entre agencias y agentes de las Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, razón por la que en la fase I del proyecto se realizó una investigación de las principales características de los vínculos laborales. Durante el análisis e interpretación de datos de esta, se identificó una falta de información respecto a temas relacionados con el campo laboral de las Artes Plásticas a nivel local, acompañado de un interés por parte de lxs agentes en formación y graduadxs en ahondar sobre el tema, por lo cual se ajustó el objetivo principal a fortalecer la conexión que tienen lxs agentes en formación y agentes graduadxs de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, con el campo laboral de esta profesión a nivel local.

En esta fase investigativa, en términos metodológicos se observó que la estrategia de difusión de los instrumentos de recolección de datos es fundamental para un índice de respuesta alto, y que este varía de acuerdo a las poblaciones a investigar. En el marco de este proyecto, el medio de difusión que más alcance proporcionó fue WhatsApp en las poblaciones de agentes en formación y graduadxs, y en el caso de las agencias de las Artes Plásticas, el más eficiente fue el correo electrónico.³² En cuanto a los instrumentos de recolección de datos, se identificó que las encuestas por medio de google forms son ideales para indagar aspectos principalmente cuantitativos y cualitativos si no se quiere ahondar mucho, en poblaciones de gran número por su amigable interfaz, y en el caso de indagar aspectos cualitativos para ahondar en ellos y en información colateral, en poblaciones de menor número, las entrevistas semiestructuradas son de gran utilidad. También, el método de análisis que propone la metodología mixta con enfoque convergente³³ es muy conveniente para este tipo de investigaciones, ya que permite dar un orden al procesamiento de esa cantidad de datos cualitativos y cuantitativos sin morir en el intento.

En términos de los datos recolectados, se identificó que las principales características de los vínculos laborales de agentes en formación y graduadxs (entre 2015-1 y 2021-1) de Artes Plásticas de

³² Se puede ver en la p. 24

³³ Se puede ver en la p. 9

Bellas Artes Cali son la informalidad, la inestabilidad y la baja remuneración, aspecto que a su vez se relacionan con la precariedad laboral del campo y a cierto nivel con la desconexión en torno a temas laborales. También se observó que esta precariedad del campo está relacionada con aspectos como falta de espacios dedicados especialmente a las Artes Plásticas en la localidad, falta de apreciación por el talento local y falta de formación de público.

En la fase II, con miras a dirigirse al objetivo principal del proyecto, se llevaron a cabo dos exploraciones en concordancia con las necesidades específicas identificadas en la investigación, buscando enfocarse en fortalecer las conexiones e interacciones entre agentes y con la información misma, más allá de la creación de un objeto artístico como tal. Para ello, se tuvo en cuenta la definición de Artes Plásticas mencionada en el marco conceptual, que ha sido utilizada en diversas prácticas artísticas como por ejemplo el *Banco de Tiempo* (Time Bank). Esta es una obra que fue presentada en la Documenta de Kassel en 2012 por el artista argentino Martín Sastre que, al enfocarse en las interacciones sociales, la participación activa del espectador y la creación de experiencias compartidas, promueve la idea de que el arte puede ser un espacio para la colaboración, el intercambio y la construcción de relaciones sociales.

En el proceso de planeamiento y ejecución de las exploraciones, en la primera, R-E-D, se evidenció que Instagram a partir de reels de narrativa en selfie³⁴ es un medio óptimo para socializar información referente al campo laboral de las Artes Plásticas principalmente dirigido a poblaciones relacionadas con las artes que tienen entre 18 y 34 años³⁵, al igual que permite identificar qué contenidos son los más relevantes para dicha población a partir del análisis de las métricas que brinda la misma plataforma. Sin embargo, no evidenció ser un medio para generar interacción entre lxs mismxs agentes que tienen contacto con la información. En la segunda, Tarjeta en Blanco, se

³⁴ Los reel de narrativa en selfie, formalmente se caracteriza por un encuadre de plano medio de un sujeto hablando a la cámara compartiendo información específica para su nicho, en buena calidad de imagen y audio, subtítulos, y con una duración alrededor 60 segundos. (Payán, 2023, p. 44)

³⁵ Se puede ver en la p. 46

evidenció, que para las dudas de lxs agentes en formación del programa de Artes respecto lo laboral, y los temas de mayor interés, el método de entrevista participativa propuesto en la exploración fue de gran utilidad tanto para el programa académico de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali, como para lxs agentes participantes y entrevistadxs. Concluyendo con la observación que ambas exploraciones mostraron un camino particular que evidenció por un lado, ser eficaz en el fortalecimiento de conexión con temas laborales entre otras cosas, y por otro, ser en sí mismas un medio de recolección de datos, planteando posibles maneras de investigar aspectos concretos de una población en particular a partir de medios enfocados en la socialización de la información.

Como producto de dichas exploraciones, algunas reflexiones sobre la totalidad del proyecto y los intereses plásticos que se fueron identificando durante la formación en artes que se recibió durante todo el programa académico, nació la última fase del proyecto, la fase III, que gracias a lo anterior naturalmente fue tomando un tinte plástico dentro de la búsqueda de responder al objetivo principal del proyecto. Aquí nace el concepto de plástica investigativa, un concepto de autoría propia que plantea un modo de creación que recolecta y socializa datos a partir de la interacción in situ de lxs participantes haciendo uso de elementos plásticos, en el caso puntual de este proyecto, a partir de la luz y el color, planteando una manera de creación viva, donde su naturaleza responde a la de cada grupo de agentes que interactúa con esta. Donde además de dejar una huella visual, detona el intercambio de saberes en torno a un tema particular, fomenta la expansión de conocimiento y gesta espacios para repensar la relación e interdependencia entre las propias prácticas y el entorno en el que se enmarcan.

A modo de consideración final, se percibe que cada fase del proyecto fue una parte importante del proceso de acercamiento personal a encontrar diferentes maneras de conectar los

propios intereses investigativos, plásticos y temáticos, y que a su vez, fueron de utilidad para lxs agentes y agencias de las Artes Plásticas relacionadas con el proyecto.

Como aspectos a mejorar, se observó que si bien este proyecto se enfocó en agentes en formación de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali y graduadxs entre 2015 y 2021 del mismo programa, sería de gran utilidad y beneficio para la comunidad local, ampliar estas exploraciones e investigaciones hacia otras instituciones educativas que ofrezcan un programa de Artes Plásticas o Visuales, e incluir un rango más amplio de graduadxs. Y como aspectos a profundizar, quedan temas como la relación entre arte y trabajo en la actualidad, los efectos de los vínculos laborales precarios en la noción de éxito profesional y personal, y la relación entre las nociones de arte y artista adquiridas durante el periodo académico también en relación con la percepción de éxito profesional y personal.

Por último, se espera de todo corazón que este trabajo de grado sea de utilidad para todxs lxs agentes y agencias de las Artes Plásticas de Cali, que ayude a tomar las medidas necesarias para actuar frente a esta situación de desconexión con información referente al campo laboral de las Artes Plásticas local y sus efectos colaterales, que estos contenidos se integren en los diferentes programas académicos y redes de difusión de las instituciones educativas de arte, para que juntxs, cada unx desde su punto de enunciación, vayamos alumbrando una red informativa y formativa potente impactando de manera positiva en lxs agentes, agencias y el campo laboral de las Artes Plásticas local como tal.

Referencias Bibliográficas

Alenti. (2021). *¿Cómo es el trabajo informal y formal en Colombia?*. Recuperado de:

<https://alenti.com/como-es-el-trabajo-informal-y-formal-en-colombia/#:~:text=El%20empleo%20formal%20es%20el,su%20remuneraci%C3%B3n%20o%20salario%20fijo.>

Bandura. (2005). *Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective: The Journal of the Hellenic Psychological Society*, 12(3), 313–333. https://doi.org/10.12681/psy_hps.23964

Bourdieu. (1981). *Campo del poder, campo intelectual*. Quadrata editorial.

Canal Institucional. (2022). *ABC de los contratos por prestación de servicios*. Recuperado de:

<https://www.canalinstitucional.tv/bien-dateado-contrato-prestacion-de-servicios>

Cobo, L. (2023). *Sana y suena la verdad*.

De Pascual, A. y Lanau, D. (2018). *El arte es una forma de hacer (no una cosa que se hace): Reflexiones a partir de una conversación de Luis Camnitzer y María Acaso*. Catarata. ISBN: 978-84-9097-551-0

Didi-Huberman, G. (2009). *La Supervivencia de las Luciérnagas*. Abada Editores.

E-Fluxus (s.f.). *Time Bank*. <https://www.e-flux.com/projects/415845/time-bank/>

García, J. (2012). *¿Qué son trabajadores independientes?*. Recuperado de:

https://cijuf.org.co/sites/cijuf.org.co/files/documentos_interes/Circular%2013%20de%202012.pdf

Jodorowsky, A. (2006). *Carta Blanca*. Recuperado de:

<https://www.rtve.es/play/videos/carta-blanca/carta-blanca-n6-jodorowsky/865895/>

Lozano, F. (2020). *Bellas Artes y La Tertulia: espacios para la resistencia en el arte* (Trabajo de grado).

De la biblioteca del Instituto Departamental de Bellas Artes Cali.

Ministerio de Educación. *Glosario de términos Online*. Recuperado de:

<https://www.mineduacion.gov.co/1621/article->

[136479.html#:~:text=Persona%20que%20una%20vez%20ha,superior%2C%20recibe%20el%20t%C3%ADtulo%20acad%C3%A9mico.](#)

López, P. (2004). *Población Muestra y Muestreo*. artículo de la revista *Punto Cero*, versión On-line

ISSN 2224-8838, recuperado de:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-

[02762004000100012#:~:text=a](#)

Represa, E. (2022). *TABLA DE CONTINGENCIA / TABLA DE VARIABLES, CATEGORÍAS E INDICADORES*

(2022)  TUTORIAL. [Archivo de video] Recuperado de

https://www.youtube.com/watch?v=_louK-LhzdQ&t=493s

Sampieri, Fernández y Baptista. (2010). *Metodología de la investigación, quinta edición*. México:

Editorial McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Zafra, R. (2017). *El entusiasmo*. Editorial: Titivillus.

MinTrabajo (2023). *Conoce los tipos de contrato de trabajo*. Recuperado de:

<https://www.mintrabajo.gov.co/web/empleosinfronteras/conoce-los-tipos-de-contrato-de-trabajo>

MinTrabajo (2022). *Hay claridad: trabajadores independientes tendrán que cotizar a Seguridad Social*

sobre el 40% del total de sus ingresos. Recuperado de:

<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2022/agosto/hay-claridad->

[trabajadores-independientes-tendran-que-cotizar-a-seguridad-social-sobre-el-40-del-total-de-sus-ingresos](#)

Lista de Figuras

- Figura 1.** *Diseños Mixtos Convergentes* [Gráfico], S. Bagur, M. Rosselló, B. Paz, S. Verger, 2021, RELIEVE (<https://www.redalyc.org/journal/916/91668059003/html/>). Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.
- Figura 2.** *Time/Bank* [Fotografía], obra de Julieta Aranda (Ciudad de Méjico 1975) y Anton Vidokle (Moscú 1965), y fotografía de Haupt & Binder, 2012, Universes Art (<https://universes.art/es/documenta/2012/photo-tour/karlsaue/07-timebank>). Copyright.
- Figura 3.** *Población y Muestra de la Investigación*, elaboración propia, 2023.
- Figura 4.** *Estructuras de los Instrumentos de Recolección de Datos para la Investigación*, elaboración propia, 2023.
- Figura 5.** *Fechas de Ejecución, Estrategias Difusión y Porcentajes de Respuesta de los Instrumentos*, elaboración propia, 2023.
- Figura 6.** *Porcentaje de la muestra que se encontraba trabajando*, elaboración propia, 2023.
- Figura 7.** *Porcentaje de vínculos laborales entre las poblaciones 1, 2 y 3*, elaboración propia, 2023.
- Figura 8.** *Roles desempeñados por las poblaciones 1 y 2 en los vínculos establecidos con la población 3*, elaboración propia, 2023.
- Figura 9.** *Carácter de los vínculos laborales establecidos por las poblaciones 1 y 2 con la población 3*, elaboración propia, 2023.
- Figura 10.** *Porcentaje de trabajo independiente en las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.
- Figura 11.** *Categorías principales de los trabajos independientes realizados por las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.
- Figura 12.** *Técnicas a partir de las que se abordan las categorías principales de trabajo independiente en las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.
- Figura 13.** *Porcentajes de los ingresos mensuales promedio de las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.
- Figura 14.** *Fuentes Principales de Ingresos de las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.

Figura 15. *Porcentaje de Pago de Seguridad Social de las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.

Figura 16. *Medios más recurrentes para difusión y búsqueda de trabajo de las poblaciones 1 y 2*, elaboración propia, 2023.

Figura 17. *Medios más utilizados para contactar artistas y hacer convocatorias laborales por parte de la población 3*, elaboración propia, 2023.

Figura 18. *Categorías de las Percepciones sobre el Campo Laboral de las Artes Plásticas de Cali por parte de las Poblaciones 1 y 3*, elaboración propia, 2023.

Figura 19. *Modalidades laborales, sus características, ventajas y desventajas*, elaboración propia, 2023.

Figura 20. *Captura de pantalla del perfil de R-E-D en Instagram*, archivo personal, 2023.

Figura 21. *Entrevista a Beatriz Preciado en el programa Carta Blanca dirigido por Alejandro Jodorowsky*, captura de pantalla en el min 39:40, 2006. RTVE PLAY
(<https://www.rtve.es/play/videos/carta-blanca/carta-blanca-n6-jodorowsky/865895/>)

Figura 22. *Primer encuentro de Tarjeta en Blanco con la dupla de Andrea Puentes y Maribala*, archivo personal, 2023.

Figura 23. *Captura de pantalla de la publicidad del evento de Tarjeta en Blando en una publicación compartida en Instagram entre R-E-D y FAVA*, archivo personal, 2023.

Figura 24. *Sana y suena la verdad, León David Cobo*, León David Cobo, 2022. Ideas que suenan
(<https://www.ideasquesuenan.com/la-verdad-vasijas/>)

Figura 25. *Lente de color del dispositivo*, archivo personal, 2023.

Figura 26. *Dispositivo de recolección de datos con todos los lentes puestos*, archivo personal, 2023

Figura 27. *Exploración Acercarse para alumbrar: Visualización del proceso de ubicación de lentes en el dispositivo*, archivo personal, 2023.

Figura 28. *Exploración Acercarse para alumbrar con tres lentes*, archivo personal, 2023.

Figura 29. *Exploración Acercarse para alumbrar con los 36 lentes*, archivo personal, 2023.

Figura 30. *Plano de montaje en la Sala de exposiciones de Bellas Artes Cali*, archivo personal, 2023.

Anexos


Anexo 1. Población y muestra de las Agencias de las Artes Plásticas de Cali



Fuente: elaboración propia, 2022.

Anexo 2. Tablas de Contingencia

a. *Tabla de contingencia del instrumento para la recolección de datos de lxs Agentes en formación y graduadxs de Artes Plásticas de Bellas Artes Cali*

Instrumento	Objetivos específicos	Variable	Definición de variable	Indicadores
Encuesta en google forms 	Indagar sobre la situación laboral de lxs agentes, a partir de distintos aspectos relacionados con su empleo, ingresos y condiciones laborales.	Situación laboral	La situación laboral describe la posición y las condiciones en las que una persona se encuentra en su entorno de trabajo, abordando aspectos tanto cuantitativos que influyen en su experiencia laboral.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porcentaje de trabajo de agentes que trabajan actualmente 2. Vínculos laborales con Agencias de las Artes Plásticas 3. Rol que desempeña 4. Tipo de contratación 5. Porcentaje de trabajo independiente 6. Rol que desempeña 7. Medio artístico que usa 8. Ingresos promedio 9. Pago de seguridad social
	Identificar los medios de difusión de información laboral referente a las Artes Plásticas más utilizados	Medios de difusión de información laboral	Los medios de difusión de información laboral son los canales, plataformas y métodos utilizados para transmitir y compartir información relacionada con el ámbito laboral, incluyendo oportunidades de empleo, condiciones de trabajo, regulaciones laborales, tendencias del mercado laboral y otros temas relacionados. Estos medios facilitan la comunicación entre empleadores, empleados, postulantes y otros actores involucrados en el mundo laboral. Los medios de difusión de información laboral pueden incluir: páginas web, redes sociales, medios impresos, plataformas gubernamentales, boletines informativos, ferias de empleo, entre otros.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medio o plataforma de búsqueda de trabajo 2. Medio o plataforma de difusión de servicios laborales
	Indagar sobre la percepción del campo laboral de las Artes Plásticas	Percepción del campo laboral de las Artes Plásticas	La percepción del campo laboral de las Artes Plásticas se refiere a cómo los individuos, particularmente aquellos involucrados en la disciplina de las artes visuales, interpretan y comprenden las oportunidades, desafíos, dinámicas y posibilidades relacionadas con el empleo y la carrera en este campo. Esta percepción puede ser influenciada por diversos factores, como la formación académica, las experiencias personales, la información disponible y las expectativas individuales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales categorías de opiniones respecto a la percepción sobre el campo

Fuente: elaboración propia, 2022.

b. *Tabla de contingencia del instrumento para la recolección de datos de las agencias de las Artes Plásticas Locales.*

Instrumento		Variable	Definición de categoría	Indicadores
Entrevista semiestructurada	Indagar sobre la situación laboral que establecen con los agentes, a partir de distintos aspectos relacionados con la cantidad de vínculos con dichas poblaciones y tipo de contratación	Situación laboral	La situación laboral describe la posición y las condiciones en las que una persona se encuentra en su entorno de trabajo, abordando aspectos tanto cuantitativos que influyen en su experiencia laboral.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cantidad de vínculos 2. Tipo de actividad laboral 3. Tipo de contratación
	Identificar los medios de difusión de información laboral referente a las Artes Plásticas más utilizados	Medios de difusión de información laboral	Los medios de difusión de información laboral son los canales, plataformas y métodos utilizados para transmitir y compartir información relacionada con el ámbito laboral, incluyendo oportunidades de empleo, condiciones de trabajo, regulaciones laborales, tendencias del mercado laboral y otros temas relacionados. Estos medios facilitan la comunicación entre empleadores, empleados, postulantes y otros actores involucrados en el mundo laboral. Los medios de difusión de información laboral pueden incluir: páginas web, redes sociales, medios impresos, plataformas gubernamentales, boletines informativos, ferias de empleo, entre otros.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Convocatorias laborales 2. Carácter público o interno 3. Medios para implementarlas 4. Medios de búsqueda de artistas plásticos para exposiciones, talleres y demás.
	Indagar sobre la percepción del campo laboral de las Artes Plásticas	Percepción del campo laboral de las Artes Plásticas	La percepción del campo laboral de las Artes Plásticas se refiere a cómo los individuos, particularmente aquellos involucrados en la disciplina de las artes visuales, interpretan y comprenden las oportunidades, desafíos, dinámicas y posibilidades relacionadas con el empleo y la carrera en este campo. Esta percepción puede ser influenciada por diversos factores, como la formación académica, las experiencias personales, la información disponible y las expectativas individuales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percepción del campo actualmente 2. En caso de ser negativa la respuesta, desde su punto de enunciación opiniones sobre qué hacer al respecto

Fuente: elaboración propia, 2022.

Anexo 3. Carta de Recomendación



Cali, 03 de mayo de 2022

Cordial saludo.

Me complace presentar a la estudiante Andrea Payan Cerón del programa de Artes Plásticas del Instituto Departamental de Bellas Artes.

Andrea actualmente desarrolla el proceso de Trabajo de Grado, entre los objetivos del proyecto está identificar los tipos de vínculos laborales que tienen actualmente los diferentes centros culturales de la ciudad con los graduados del programa de Artes Plásticas del Instituto Departamental de Bellas Artes Cali; al igual que los tipos de vínculos entre ellos mismos interinstitucionales.

Para ello, Andrea establecerá comunicación con agentes y agencias del campo cultural de la Ciudad en miras de levantar fuentes de información que le permitan establecer hipótesis sobre el desarrollo del campo y la inserción de los graduados en el mismo.

La dinámica de dicha conversación que establece Andrea es con base a preguntas previamente redactadas para preparar encuentros presenciales y avanzar en la realización de una entrevista.

Es importante mencionar que durante el proceso del levantamiento de la información, la estudiante realizará registros para los cuales se solicitará el consentimiento por escrito por correo electrónico.

Agradecemos el apoyo a esta actividad.

Alberto Campuzano Sanchez
Decanatura
Facultad de Artes Visuales y Aplicadas
Bellas Artes Institución Universitaria del Valle

Anexo 4. Papel con las preguntas de la dinámica de Acercarse para Alumbrar

<h3>Pregunta 1</h3> <p>¿En qué medida sientes que tu trabajo está siendo o ha sido precarizado?</p>	<h3>Pregunta 2</h3> <p>¿En qué medida crees que has precarizado el trabajo de otrx?</p>
<p>Toma un lente del color que corresponda a tu reflexión</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>No precarizadx</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Medianamente precarizadx</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Altamente precarizadx</p> </div> </div>	<p>Ubica el lente que escogiste, en el lugar con que más identifiques tu reflexión</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Alta</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Media</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Baja</p> </div> </div>

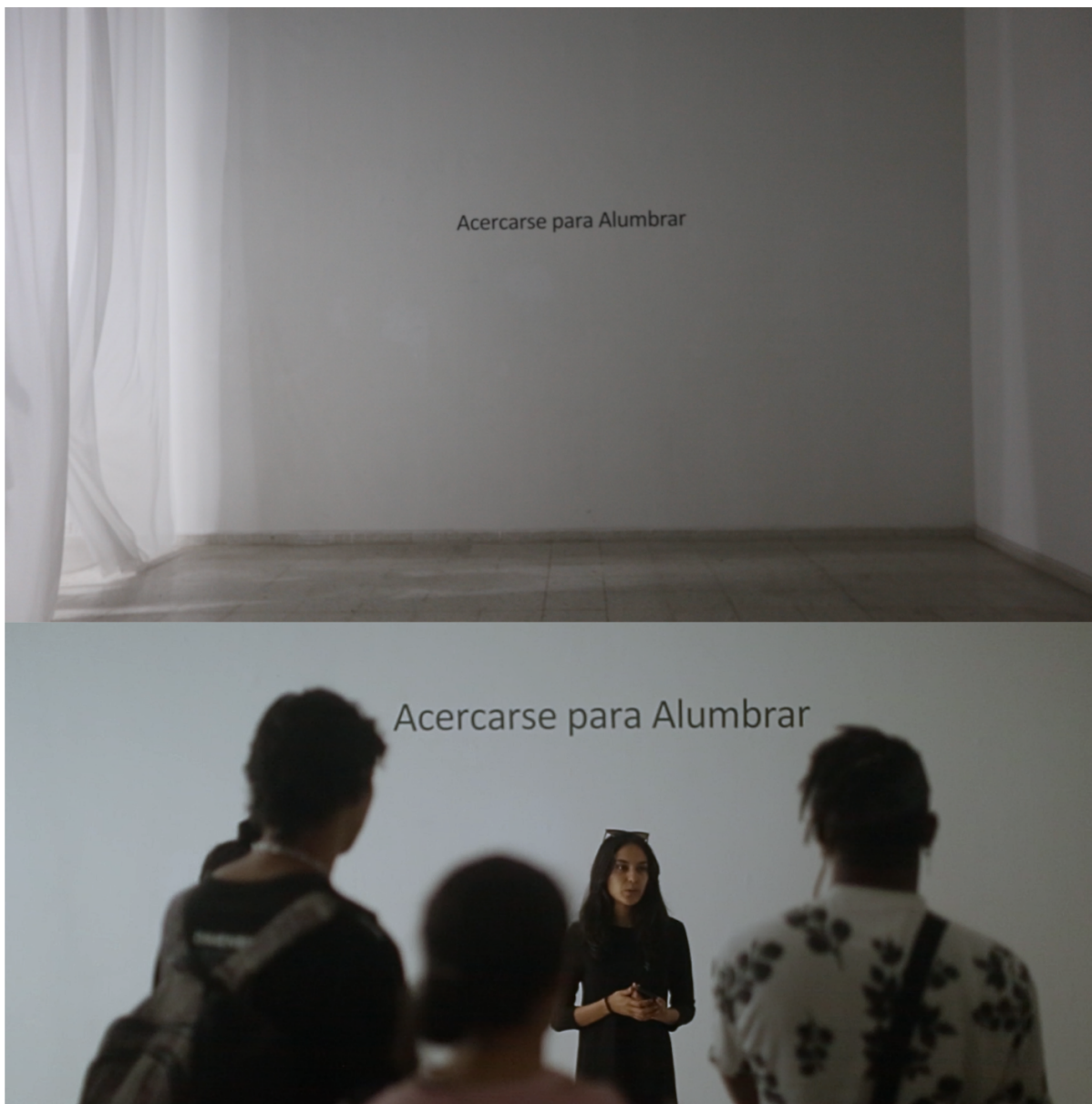
Fuente: elaboración propia, 2023.

Anexo 5. Entregable al finalizar la dinámica de Acercarse para Alumbrar

<h1>Acercarse para Alumbrar</h1>	<p>Socialización de Exploraciones Plásticas y no Plásticas como Campo de Investigación</p>	<p>En caso de querer saber más del proyecto...</p>  
<p>Comentarios, quejas, opiniones: @_r_e_d_____</p> 		<p>Gracias por venir :)</p> <p>Andrea Payán SEP-2023</p>

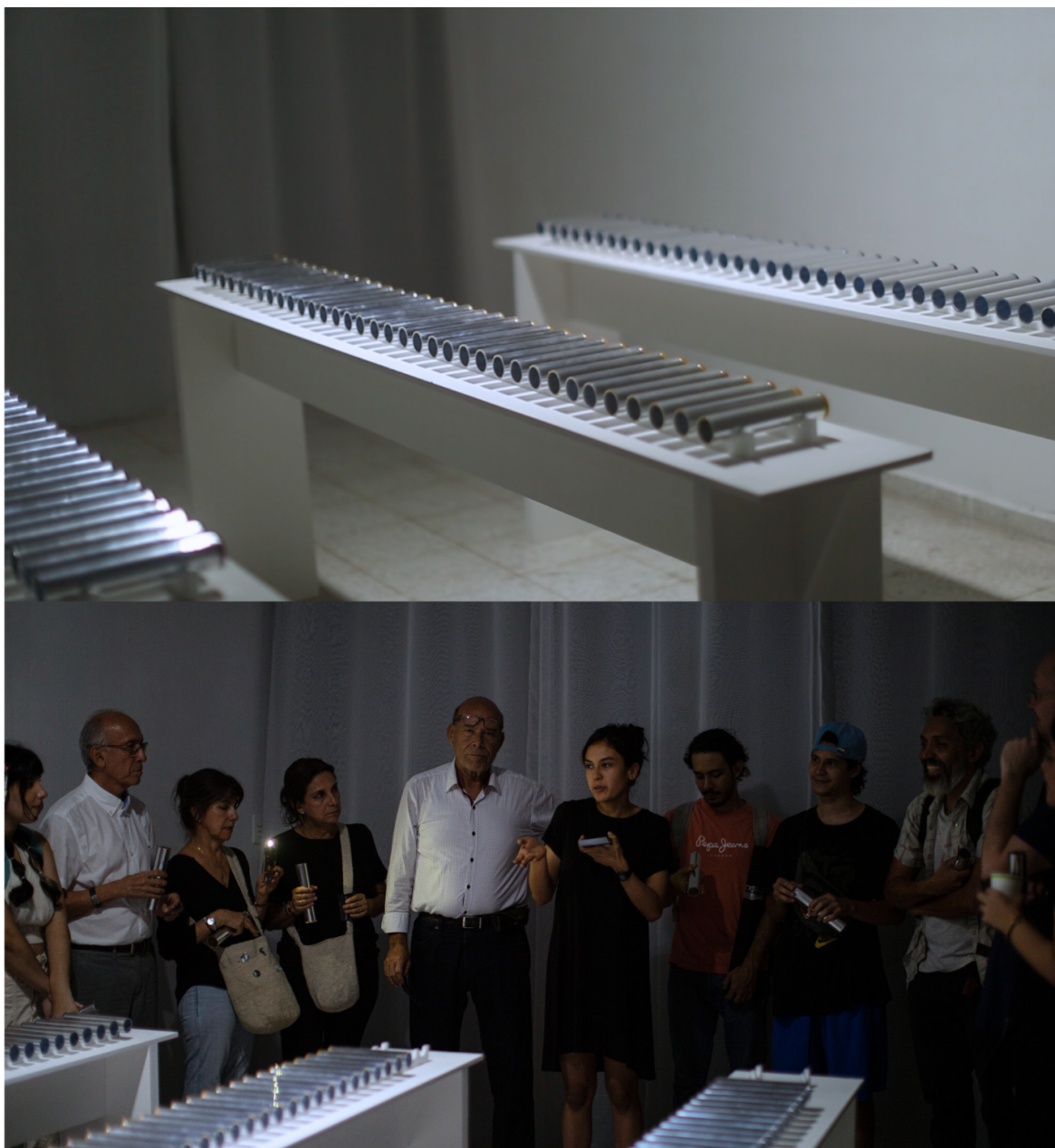
Fuente: elaboración propia, 2023.

Anexo 6. Registro fotográfico de la propuesta de plástica investigativa: Acercarse para Alumbrar



Nota: Espacio 1

Fuente: Registros tomados por Juan Pablo Sarria y Andrea Payán, 2023



Nota: Espacio 2

Fuente: Registros tomados por Maria del Mar Castro y Andrea Payán, 2023



Nota: Espacio 3

Fuente: Registros tomados por Maria del Mar Castro y Andrea Payán, 2023