

YUMBO

Reconociendo
sus formas
culturales



Representación visual de las formas culturales de Yumbo determinadas por el barrio Colinas de Yumbo a partir de la exploración etnográfica, plasmada en la intervención de un mural artístico a gran escala.

Por
Edward Alejandro Ramirez España

YUMBO - Reconociendo sus formas culturales

Representación visual de las formas culturales de Yumbo determinadas por el barrio Colinas de Yumbo a partir de la exploración etnográfica, plasmada en la intervención de un mural artístico a gran escala.

Edward Alejandro Ramírez España

Universidad del Valle - Sede Meléndez
Facultad de Artes Integradas
Departamento de Diseño
Diseño Grafico
Santiago de Cali
2016

YUMBO - Reconociendo sus formas culturales

Representación visual de las formas culturales de Yumbo determinadas por el barrio Colinas de Yumbo a partir de la exploración etnográfica, plasmada en la intervención de un mural artístico a gran escala.

Edward Alejandro Ramírez España

Proyecto de grado para optar por
el título de Diseñador Grafico

Directora Diana Paola Valero
Presidente de Tesis Tatiana Cuellar
Experta Yamileth Ordoñez
Asesora María Fernanda Ramírez

Universidad del Valle - Sede Meléndez
Facultad de Artes Integradas
Departamento de Diseño
Diseño Grafico
Santiago de Cali
2016

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE ARTES INTEGRADAS
DEPARTAMENTO DE DISEÑO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DISEÑO GRÁFICO

ACTA DE APROBACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

El Estudiante EDWARD ALEJANDRO RAMÍREZ ESPAÑA identificado con Cédula de ciudadanía número 94556893 de Cali y código 200452371, presentó y aprobó su trabajo de grado titulado *“YUMBO... Reconociendo sus formas culturales. Representación visual de las formas culturales de Yumbo, determinadas por el barrio Colinas de Yumbo a partir de la exploración etnográfica, plasmada en la intervención de un mural artístico a gran escala.”*, el cual fue aprobado por el siguiente jurado evaluador:

Jurado Diseñador:	Tatiana Cuéllar Torres
Jurado Asesor:	María Fernanda Ramírez Escobar
Jurado Experto:	Yamileth España Ordóñez

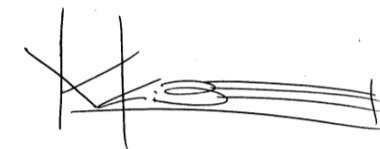
Para constancia de la anterior, se firma en la ciudad de Santiago de Cali, el 5 de Mayo de 2016, según Acta 3-2016 del Comité del Programa.



DIANA PAOLA VALERO RAMÍREZ
Directora del Proyecto



PABLO ANDRÉS JARAMILLO ROMERO
Vo. Bo. Director del Programa Académico



ÁNGEL MIGUEL URIBE BECERRA
Vo. Bo. Jefe Departamento de Diseño

Este trabajo de grado se lo dedico primeramente a Dios quien me ha permitido, con gran esfuerzo ingresar a la Universidad y me dio fortaleza todo el tiempo para continuar; a mi familia en especial a mi esposa quien me acompaño y ayudo en este proceso desde el principio, quien incondicionalmente siempre estuvo al pie del cañón, dándome fortaleza y ánimo para terminar; a mis padres quienes me respaldaron y apoyaron a seguir adelante con mi estudio y alentaron para que terminara, quienes con sus palabras de aliento, consejos y comprensión me ayudaron a que pasara este proceso de la mejor manera; y a mis hijos quienes fueron mi impulso final para terminar mis estudios, los milagros que llegaron a mi vida, siendo mi mayor motivación, ese motor que me da más energías para lograr lo mejor para ellos y que se sientan orgullosos de su padre. Los amo a todos, mi familia.

Gracias Dios!!!

Agradecimientos

Quiero dar las gracias a todos aquellos que hicieron parte no solo el hacer posible la culminación de este trabajo, sino de una etapa importante en mi vida, estudiar y graduarme de la mejor Universidad, haciéndome sentir orgulloso de pertenecer a ella.

Agradezco primeramente a Dios quien me dio fuerzas y respaldo en todo mi proceso; agradezco a la Universidad del Valle, y al departamento de diseño, quienes me dieron la oportunidad de pertenecer, y formarme en la academia; a mis profesores, a cada uno que hizo parte de mi proceso formativo tanto educativo, profesional, personal y moral, quienes me enseñaron, me aconsejaron, aprendiendo lo mejor de cada uno de ellos. A la profesora Tatiana Cuellar, quien me ayudo en los inicios y bases importantes para el desarrollo de este proyecto, ayudándome en la orientación de lo que quería proyectar; a mi directora de proyecto Paola Valero, quien con su gran ayuda, consejos, y sugerencias, me permite hoy culminar este proceso y entregar este documento, un apoyo importante quien me ayuda en el camino de esta etapa en mi vida; un agradecimiento especial a Sandra Franco la cara visible del departamento de diseño, una persona que está dispuesta a colaborar y orientar a los estudiantes, quien me ayudo, aconsejo y tuvo paciencia todo este tiempo y me respaldo con su granito de arena a terminar mi proceso; también a mis compañeros universitarios que conocí a lo largo de mi camino formativo, de los cuales recibí y aprendí lo mejor de ellos, además de darme su ayuda en los proyectos que realizamos, siempre trabajando de la mejor manera. Y finalmente a mi familia a mi esposa Sandra Johanna, a mis hijos Joshua y Joseph y mis padres Claudia y Alejandro, quienes siempre me respaldaron y ayudaron desde el inicio, y me dieron fuerzas para terminar, además de agradecerle a el resto de mi familia por su apoyo, en especial a mi tía Yami, quien me ha ayudado en parte, en mi formación laborar profesional, permitiendo reforzar mis conocimientos, ayudándome en mi experiencia y prepararme mejor, y a la familia de mi esposa quienes me han adoptado como uno más de los suyos y han estado pendientes de mi proceso universitario.

Gracias a todos, ya que con su ayuda de diferentes formas, permitieron que hoy termine esta etapa importante en mi vida y poder cerrar este ciclo.

Contenido

	Pág.		Pág.
1. Introducción	1	8. Capítulo III Metodología para diagnóstico de la Identidad Cultural	84
2. Objetivos	4	8.1. Análisis Identidad Cultural de Yumbo en el barrio Colinas	84
2.1. Objetivo General	4	8.2. Método de Encuesta	86
2.2. Objetivos Específicos	4	8.3. Evaluación resultados rasgos culturales identitarios de yumbo	89
3. Planteamiento de la problemática	4	8.3.1. Conclusión de los resultados	99
4. Justificación	7	8.4. Evaluación imagen actual	102
5. Antecedentes	8	8.5. Lineamientos de la identidad cultural yumbena	102
6. Capítulo I Método de Investigación Etnografía	16	8.5.1. Resultados del Análisis	103
6.1. Definición del método utilizado	16	8.5.2. Empresas	103
6.2. Método de Encuesta	18	8.5.3. Tradición Dancística	103
7. Capítulo II Marco Teórico	24	8.5.4. Religión	104
7.1. La identidad Cultural	24	8.5.5. Pueblo-Gente	104
7.1.1. Cultura	26	9. Capítulo IV Etapa Proyectual	
7.1.2. Mapa Conceptual	27	Representación de los lineamientos de la Identidad Cultural de Yumbo	105
7.2. Definición de los Rasgos Identitarios Culturales	28	9.1. Medio de representación y metodología de la intervención	105
7.3. Formas Culturales	28	9.1.1. Aspecto de conceptualización	106
7.3.1. Costumbres y Tradiciones	31	9.1.2. Aspecto Logístico	106
7.3.1.1. Eventos y Festividades	31	9.1.3. Aspecto estético	106
7.3.1.2. Actividades Típicas Religiosas	42	9.2. Resultados y propuesta	106
7.3.2. Simbolismo Objetivado	48	9.2.1. Fase 1: Creación	109
7.3.2.1. Monumentos	48	9.2.2. Fase 2: Bocetos	110
7.3.2.2. Bandera, Escudo e Himno	54	9.2.3. Fase 3: Desarrollo	112
7.3.2.3. Arquitectura, estructura y edificios	57	9.2.4. Fase 4: Propuesta final y resultados	113
7.3.2.4. Marca o Logotipo	71	10. Conclusiones	118
7.3.2.5. Flora y fauna	72	11. Bibliografía	119
7.3.2.6. Cultura Pública	74	12. Cibergrafía	120
7.4. La Imagen Dominante de Yumbo	80	13. Anexos	
7.4.1. Industrialización de Yumbo - Historia	80	13.1. Anexo1: Mapa Conceptual	121
7.4.2. Capital Industrial del Valle del Cauca	81	13.2. Anexo2: Diario de Campo	122
7.4.3. Vigencia de la imagen para los yumbenos	83	13.3. Anexo3: Encuestas	126

Lista de Imágenes

	Pág.		Pág.
Imagen 1. Panorámica Parque Principal de Yumbo	1	Imagen 22. Andrea Echeverri (Integrante Aterciopelados) en el Encuentro de Música	33
Imagen 2. Carrera 4 Parque Belalcázar de Yumbo	4	Imagen 23. Grupo Llanero participando en el Encuentro de Música	34
Imagen 3. Antiguo Ferrocarril	5	Imagen 24. Grupo teatral yumbeño participando en Encuentro de Teatro	34
Imagen 4. Cemento del Valle, hoy Argos	4	Imagen 25. Joe Broederick invitado especial en Encuentro de Poeta	35
Imagen 5. Guerrillero en toma de Yumbo - 1978	6	Imagen 26. Policía montada en Cabalgata de la Feria de Yumbo	36
Imagen 6. Encuestando a la población del barrio Colinas	19	Imagen 27. Artesanías instaladas en época de Feria	36
Imagen 7. Mapa Zona Urbana de Yumbo	21	Imagen 28. Chivo participando en competencia de disfraces del Festival	37
Imagen 8. Avenida Principal del barrio Colinas	21	Imagen 29. Policía Municipal encabezando caravana del día de Independencia	38
Imagen 9. Inicio del barrio Colinas	22	Imagen 30. Arreglo Floral en Honor al Libertador Simón Bolívar	39
Imagen 10. Calle interna del barrio Colinas	22	Imagen 31. Grupo de música de discapacidad	40
Imagen 11. Mapa y recorrido del barrió Colinas	23	Imagen 32. Parque Belalcázar en sus inicios	41
Imagen 12. Registro en el diario de Campo	23	Imagen 33. Cierre celebración de la Municipalidad	41
Imagen 13. Puerto Barquero Antiguo de Yumbo	24	Imagen 34. Despliegue de banderas celebración Municipalidad	42
Imagen 14. Pavimentación de la vía principal del municipio vía Cali	25	Imagen 35. Desfile celebración de las Fiestas patronales	42
Imagen 15. Grupo Camoruco de Yopal - Encuentro Nacional de Danzas	29	Imagen 36. Fray Alfonso acompañado de la Banda Municipal	43
Imagen 16. Imagen del viacrucis	29	Imagen 37. Disfraz típico de Caballitos de la Tupia	44
Imagen 17. Participantes del Encuentro de Teatro en Yumbo 2010	30	Imagen 38. Comparsas tradicionales en Semana Santa	45
Imagen 18. Fauna y Flora del Corregimiento de Dapa en Yumbo	30	Imagen 39. Yesid Márquez hace de Jesús en peregrinación Semana Santa	45
Imagen 19. Iglesia Corregimiento de Mulalo	31	Imagen 40. Caravana haciendo la ruta religiosa y cultural	46
Imagen 20. Celebración 147 años del Municipio	32	Imagen 41. Exposición artística en el marco de la ruta religiosa y cultural	47
Imagen 21. Actividad Infantil en Encuentro de Danzas	32	Imagen 42. Glorieta de Cencar en el centro Monumento a la Industria	49
Imagen 22. Pareja participando en Encuentro de Danzas	33	Imagen 43. Cura Fray Alfonso Peña en peregrinación religiosa en Yumbo	50

Lista de Gráficas

	Pág.		Pág.
Imagen 44. Fray Peña joven	50	Gráfica 1. Mapa Conceptual	27
Imagen 45. Carretera Yumbo-Cumbre realizada con ayuda de Fray Peña	51	Gráfica 2. Estadística ¿Nació en Yumbo?	90
Imagen 46. Imagen actual del Señor del Buen Consuelo	53	Gráfica 3. Estadística ¿Hace cuánto que vive en Yumbo?	91
Imagen 47. Las Tres Cruces visitada por los habitantes	54	Gráfica 4. Estadística ¿Qué nivel educativo tiene?	91
Imagen 48. Construcción de la Iglesia del Parque Belalcázar	58	Gráfica 5. Estadística ¿Sexo?	92
Imagen 49. Paso de la Torre y las lanchas de carga de paso	61	Gráfica 6. Estadística ¿qué PALABRA se le ocurre?	93
Imagen 50. Paso de la Torre y recolección de arena del rio Cauca	62	Gráfica 7. Estadística ¿qué IMAGEN se le ocurre?	94
Imagen 51. Busto Simón Bolívar ubicado en el Parque del mismo nombre	70	Gráfica 8. Estadística ¿MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo?	95
Imagen 52. Vista Panorámica corregimiento de Dapa y su ecosistema	72	Gráfica 9. Estadística ¿Cómo se representa la RELIGIÓN en Yumbo?	96
Imagen 53. Reunión yumbeños para rectificación del lindero Yumbo-Cali	82	Gráfica 10. Estadística ¿EVENTO o CELEBRACION representa a Yumbo?	96
Imagen 54. Entrevistando a habitantes del barrio Colinas	87	Gráfica 11. Estadística ¿Medios comunicativos que ayudarían?	97
Imagen 55. Vía principal por donde se ubica el muro a pintar	107	Gráfica 12. Estadística ¿La imagen de Zona Industrial es por motivo de?	98
Imagen 56. Vía importante para el paso del transporte	107		
Imagen 57. Boceto a color	110		
Imagen 58. Construcción del mural	113		
Imagen 59. Mural terminado	114		
Imagen 59. Entrevistado opinando sobre mural	116		

Lista de Anexos

Pág.

- Anexo A. Mapa Conceptual
- Anexo B. Diario de campo
- Anexo C. Muestra de encuestas realizadas

121
122
126

Glosario

ETNOGRAFIA: Es el estudio descriptivo de las costumbres y tradiciones de los pueblos, donde se utiliza un sistema para comprobar un proceso investigativo dentro de un análisis de campo, permitiendo ser más propicio y obtener resultados de primera mano.

FORMAS CULTURALES: Es la cultural o identidad colectiva que es establecida por la existencia de valoraciones sociales recíprocas, determinadas por hábitos peculiares correspondientes de la etnia o de la comunidad.

IDENTIDAD CULTURAL: Es la apropiación de ciertos repertorios culturales que se encuentran en el entorno social, en un grupo o en la sociedad. Además de la existencia de una valoración social recíproca, determinada por hábitos peculiares correspondientes de la etnia o la comunidad; donde se analiza la colectividad y no su pensamiento cultural independiente.

IMAGEN DOMINANTE: Es la más representativa de imagen más importante de una región, determinados por antecedentes que precedan y dan lugar a que se defina su imagen actual.

IMAGEN IDENTITARIA: Es la identificación y determinación de atributos que reflejaran la imagen de una entidad o región, para conocer el o los elementos claves de una estructura formal que determina lo que lo identifica.

LINEAMIENTOS: Llamados igualmente como formas culturales, que se encuentran en la colectividad y que agrupan según ese análisis lo que sería la identidad de Yumbo.

METODO ENCUESTA Y ENTREVISTA: Es el complemento de la metodología etnográfica, la entrevista y encuesta, siendo el primero la observación como complemento indispensable.

MURAL ARTISTICO: Sistema visual donde se realiza con el uso de pinturas u otros materiales, sobre estructuras o superficies solidas de edificación especialmente paredes o muros.

SISTEMA COMUNICATIVO: Medios de expresión, que permiten representar según el sistema, la imagen o identidad representativa de una región para darla a conocer.

Resumen

Esta investigación tiene como propósito identificar los lineamientos actuales que identifican la identidad yumbena, analizando la identidad desde la imagen dominante que ya posee la región, hasta la indagación de posibles formas culturales que existen desde hace años, siendo parte de las tradiciones yumbenas que incluso se mencionan en sus libros de historia, y que continúan vigentes, siendo cada año parte de las actividades y costumbres que se realizan en el municipio.

Para la indagación y determinación de cuáles son las formas culturales a investigar, se determina por medio de una estructura teórica que se describe a lo largo de este documento, que permite establecer que investigar. Al determinar los rasgos culturales tanto su imagen actual de Capital Industrial, como sus tradiciones culturales latentes en sus costumbres; se realiza una comprobación a través del método etnográfico, donde la observación, la entrevista y la encuesta se conjugan para poner a prueba cuales de los rasgos definidos, son importantes y reconocidos para los habitantes. Lo que define por la misma población y establecen eficazmente cuales son los lineamientos culturales que identifican la cultura yumbena.

Con la definición de los lineamientos, se pondrán en conocimiento de la comunidad, por medio un sistema comunicativo, que lo define también la población, y en el cual se realizara la expresión de esas formas, para darlas a conocer a propios y visitantes. Con el objetivo de mostrarle a la población su identidad cultural fortaleciendo su imagen, que lleven a generar indirectamente el turismo, reconocimiento social y benéfico económico.

Palabras claves: Formas Culturales, Identidad Cultural, Lineamientos, Rasgos Identitarios, Imagen Identitaria, Imagen Dominante, Etnografía, Método Encuesta Y Entrevista, Mural Artístico, Zona Industrial, Capital Industrial del Valle del Cauca, Historia de Yumbo.

1. Introducción

El presente proyecto tiene por objetivo evaluar los diferentes rasgos característicos culturales (simbolismo objetivo, cultura pública, costumbres y tradiciones) adquiridos durante los últimos 10 años, en su parte social, cultural, religiosa y todas aquellas actividades en estas áreas que hayan contribuido al desarrollo y promoción para la adquisición de valores

posee, y su ubicación estratégica para el desarrollo, explotación, y exportación de los productos que produzcan las empresas que allí se sitúan.

Con el paso del tiempo, la región ha crecido dando lugar a transformaciones y ha fortalecimientos de nuevos componentes y comportamientos socio - culturales, que indican una nueva o transformada identidad, que permite que el municipio mejore su concepción de solo ser reconocido como un municipio industrializado, extrañamente denominado ya que según informes estadísticos del Departamento de



Municipio de Yumbo - Actualidad (Fotografía) - Archivo Alcaldia

formativos de su habitual culturalidad, que definen la Identidad del Municipio de Yumbo, y especificar cuál o cuáles rasgos determinan ese valor identitario para sus habitantes. La investigación inicia con el ánimo de identificar la imagen del municipio, ya que esta región industrial del Valle del Cauca, es reconocida por su variedad de empresas y compañías, muchas de ellas importadoras y exportadoras, importantes para el desarrollo y sostenimiento económico del país; esto le ha dado al municipio una imagen de zona industrial. Imponiéndose esta identidad gracias al amplio territorio, los diferentes recursos naturales que

gestión laboral del municipio, solo el 8% de la población tienen un puesto de trabajo en dichas empresas, esto debido a la frágil estabilidad política que hay en Yumbo, y refleja una coyuntura entre su imagen y lo que representa para sus habitantes. Dicen ellos que al haber esa diferenciación y poca participación laboral de los yumbenos, para ellos no es totalmente la representación de su identidad.

Dentro de la investigación se pretende encontrar cuáles son algunos de los rasgos característicos que definen la identidad del Municipio de Yumbo, a través de encuestas, focus group, investigación en los registros históricos de yumbo, indagaciones en los registros

documentales, visuales o audiovisuales que posean las dependencias encargadas de tradición, cultura y demás en la Alcaldía del municipio, como área de Prensa, Planeación, y Secretaria de Hacienda, en otros , que se analizaran para permitir precisar cuáles son los rasgos culturales y/o sociales; esto se lograra indagando en sus costumbres, prácticas, eventos, arquitectura, historia y elementos iconográficos denominados por Giménez como rasgos culturales identitarios, siendo estos los factores que tienen la función de marcar fronteras entre una región y otra, a través de una variedad de rasgos culturales distintivos (Gilberto Giménez - 2009, pág. 35), ya que estos rasgos hacen parte de su reconocimiento como yumbeños, vistos desde un entorno colectivo y general, que logra definir esas características de manera grupal y no de manera individual; debido a que este último no será analizado, ya que representaría una definición más específica, con variables y significados más individuales y personales, siendo en este caso algo irrelevante para este proyecto, por ende no es objeto de estudio la individualidad de los yumbeños, sino estudiar su sociedad cultural o identidad colectiva que es establecida por la existencia de valoraciones sociales recíprocas, determinadas por hábitos peculiares correspondientes de la etnia o de la comunidad (UNESCO, 1986); por eso se determinan desde sus formas culturales, donde se ve reflejada la identidad cultural propia de la comunidad, obtenida de encuestas a sus habitantes y de referencias históricas, que ayuden a determinar cuáles son esos lineamientos característicos de su imagen cultural.

Al determinar esas variables, denominadas para este proyecto como lineamientos o formas culturales, que se encuentran en la colectividad y que agrupan según ese análisis lo que sería la identidad de Yumbo, se realizara una intervención demostrando una opción para la utilización de las formas culturales, y la importancia e impacto que puede lograr en su utilización, como el permitir reforzar esa imagen latente en los habitantes, mostrando esas características culturales que la representan. Esa intervención cuenta con diferentes opciones y desarrollos según sea la característica que se escoja por los mismos habitantes a través del método de la encuesta, la cual según ellos sea la más apropiada para mostrar esas características identitarias; las opciones van desde sistemas visuales (afiches, señalética, logotipo, creación de marca, plegables), videoclip, hasta la realización de mobiliario o estatuas, intervenciones arquitectónicas dentro de la ciudad, todas las opciones con el ánimo de representar lo que manifieste la identidad cultural de esta región, además de demostrar un método para la utilización

de los lineamientos culturales en busca de promover el reconocimiento en propios y visitantes, logrado por un medio comunicativo que refleje la imagen propia del municipio y la fortaleza.

Por otro lado es importante mencionar que la conciencia de que la imagen de una región, una ciudad o un país es un activo fundamental ha ido aumentando el interés por gobiernos de diferentes partes del mundo; ya que para ellos se ha convertido no solo en la generadora de cultura y apropiación identitaria, sino que les permite “vender” bienes, servicios y personas, (con personas se refiere a mostrar los valores que tienen los habitantes como cordiales, respetuosos, trabajadores, alegres, etc.) esto con el ánimo de cautivar y atraer “esa avalancha” de beneficios políticos, económicos y turísticos procedentes de otras ciudades o países. Australia, Nueva Zelanda, Croacia, España, Suiza, Argentina, incluso en Colombia, son países que han entendido esta necesidad de reconocer y fortalecer su imagen e identidad, desarrollando estrategias como marcas, publicidades, comerciales, documentales y otros factores, los cuales responden a las necesidades esenciales de cada lugar y generan interés comercial y turístico que les permite generar un mayor desarrollo economía.

Estos medios le “permitirán captar más inversiones extranjeras, agregar valor a las exportaciones y aumentar el turismo, gracias a la creación de una identidad visual del país, destacando sus valores positivos y diferenciales, su diversidad, sus recursos naturales, sus nacionales (personalidades destacadas internacionalmente), sus logros deportivos, y especialmente como soporte de la identidad nacional, se difundirá el acervo, desarrollo y calidad de la cultura nacional” (Morales Lama, Manuel, Julio 2010, Artículo). Por consiguiente la importancia que tiene para el desarrollo y fortalecimiento de un país o ciudad, el tener clara la identidad que se refleja tanto para propios como para visitantes, no solo para la estabilidad social, sino para demostrar las cualidades culturales que engrandecen y fortalecen la identidad logrando su permanencia turística y que determina como valor agregado el sostenimiento y constancia económica.

Puede ser pretensioso pensar que la identidad es lo que permite mostrar la importancia y particularidad que hace único o diferente a un lugar; pero debido a que este mundo se ha globalizado y se ven problemas económicos en diferentes partes del mundo, ha llegado a ser una forma de evitar y mitigar este suceso de globalización cultural y déficit económico que sucede en el mundo, utilizando sus medios turísticos

y culturales, explotando esas características que pueden ser de interés para los demás, como para los habitantes. Esto como se dijo lo han hecho ya algunos países y ciudades, donde el objetivo es darlo a conocer como una empresa, en la cual se puede invertir, obtener ganancias, disfrutar y visitar, dándole acceso al visitante de ser parte de los contenidos sociales, culturales y económicos que le pueda brindar ese lugar. (Morales Lama, Manuel. 2010)

Lo anterior manifiesta los beneficios económicos, sociales, y turísticos que motivan a una comunidad el tener elementos identitarios culturales que los representen y los destaquen, pero no solamente se deben tener en cuenta los beneficios comerciales que podría obtener, porque la identidad cultural refleja la idiosincrasia de un grupo humano extenso que se representa en sus tradiciones, en el arte, en sus cultos, en su festividades, en sus costumbres, donde estos valores culturales hacen distinción múltiple en los grupos internos y externos; y asimismo al tener identificado estos rasgos y estar apropiados en su comunidad, les permitirá con mayor facilidad destacarlos en el exterior, logrando credibilidad y veracidad de su imagen, además de que al representar y fortalecer su identidad, no solo los diferencia y hace “únicos” culturalmente de otras regiones, sino que también sus habitantes se apropiaran y mejoraran su afecto por su territorio, logrando pertenencia, reconocimiento, distinción e identidad en los habitantes por su región. *Es decir una “apropiación cultural”.*

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

- Identificar los rasgos identitarios de las formas culturales que posee el municipio de Yumbo, lineamientos que para un sector de la población reflejen la identidad cultural de la región adquirida durante los últimos 10 años.

2.2. Objetivos Específicos

- Representar los lineamientos actuales de la Identidad Cultura de Yumbo, identificados por un sector del municipio (barrio las Colinas), a través de un sistema comunicativo de intervención a gran escala.
- Analizar los rasgos culturales de Yumbo en sus formas culturales (Costumbres y Tradiciones, Cultura Publica y Simbolismo Objetivado).
- Determinar los lineamientos históricos y culturales que visualicen la identidad cultural actual de Yumbo, a través de otros rasgos culturales diferentes de la *Imagen Dominante*.

3. Planteamiento de la problematica.



Iglesia Parque Belalcázar - 1965
Fotografía Libro de Historia Yumbo

El municipio de Yumbo en los años 50 se catalogó como lugar primordial para la industrialización del país, iniciando este proceso Cementos del Valle (Argos hoy día) en 1938, debido a que la región contaba con determinadas características para una inversión de capital nacional e internacional, para generar un reordenamiento económico que se requería para el país; entre los requisitos que contaba era el de la cercanía con el Puerto de Buenaventura, su conexión vial con las ciudades del interior de la nación, y desde 1915 tenía una vía ferrocarril que conectaba a todo el país con las orillas del mar Pacífico, además que en 1922 se había construido en Buenaventura un moderno muelle que hizo de este el principal terminal marítimo colombiano; además su “ubicación dentro de una de las regiones agroindustriales más grandes de Colombia y su extraordinaria dotación de recursos naturales, como el río Cauca y los grandes yacimientos mineros que poseía, convirtiendo al municipio en la “tierra prometida” que anhelaban los dueños del capital” (*Región Empresarial de Colombia, Fundación Fedy Yumbo, 2007*)



Imagen 3. Antiguo Ferrocarril
Fotografía Libro de Historia de Yumbo

Desde entonces Yumbo se convirtió como eje principal para el desarrollo económico del país, nombrada alrededor de 1950, como Capital Industrial de Colombia, generando una avalancha de creación de empresas algunas de gran reconocimiento en la actualidad, entre las empresas pioneras se encontraban: Trilladora de café Dalmacia, de personal femenino en su mayoría, empresa de combustibles Esso Colombia, empresa Cementos del Valle (en la actualidad Argos), fábrica de velas de la familia Torres, Eternit Pacífico, Curtiembres Titán y Cartón de Colombia, situándose en el territorio yumbeño; “este fenómeno provoco de manera incontrolable la llegada de personas con la esperanza de trabajar en dichas compañías, habitantes de Tolima, Huila, Nariño, Cauca, de la Costa, de Antioquia y el Antiguo Caldas (Armenia) llegaban en busca de oportunidades, ya que se corría la voz de que los empresarios buscaban en el pueblo de Yumbo gente para trabajar”. (*Fabio Satizabal, 1996*). Desde entonces creció la población yumbeña, y hoy día sus hijos y los hijos de sus hijos hacen parte de esta comunidad, nacidos y convertidos en yumbeños natos.

Con todo este progreso económico e industrialización de la región, a partir de este hecho con el paso del tiempo el municipio empezó a tener problemas y necesidad sociales y económicas, debido a que la horda de habitantes provenientes de otras regiones, se desato la búsqueda de habitar en Yumbo de alguna manera, dando la aparición de nuevos barrios no planificados producto de invasiones, con serias carencias en materia de servicios públicos, y esperanzados en obtener un empleo en el sector

industrial que se acrecentaba en el pueblo. Debido a esto se erigieron inconformidades y protestas, que se fortalecieron gracias a un fenómeno que ocurría en el país, que era la creación de grupos armados ilegales (guerrilla), quienes aseguraban defender los valores, conseguir la paz, y hacer respetar las necesidades de los colombianos. Esto se dio en Yumbo, con la toma del grupo armado M - 19 en 1978, donde algunos de sus integrantes eran pobladores de este lugar, y lo hicieron dicen ellos en una entrevista de esa época, para conseguir “*la salud, vivienda, trabajo.... Fundamentalmente una patria donde todos nos sintamos contentos de vivir en ella*”... “*la revolución no le teme al dialogo. Pero también estamos dispuestos a ir a la guerra y unirnos con la guerra*”. (*Lenis, 1996. Pág. 131*)



Imagen 4. Cemento del Valle, hoy Argos
Fotografía argos.co

Con este incontrolable suceso que ocurría de los grupos armados en Colombia y sobre todo en la región, se generó una problemática para todos los habitantes de yumbo propios y extraños, ya que las empresas se abstuvieron de contratar personal yumbeño porque tenían miedo de que fueran revolucionarios

combatientes, “... el que tenga cedula de Yumbo está vetado para siempre por temor a que sea guerrillero”. (Riveros, Ligia. 1996)



Imagen 5. Guerrillero en toma de Yumbo - 1978
Fotografía tomada del Libro Monogrias de Yumbo

Siendo este uno de los motivos que empezaron hacer parte de la negativa contratación de los yumbeños. Con el transcurso de los años ya no era un motivo fuerte debido a que se sabe de la desmovilización de este grupo armado y la incorporación a la política; pero se generaron nuevos motivos para no contratar a los habitantes de este municipio, razones como la frágil estabilidad política y una falta de educación sin orientación industrial; “no contratan yumbeños por falta de experiencia y por falta de estudio académico”. “...a mucha gente yumbeña, deberían darle oportunidades laborales, porque hay profesionales en la región, pero que han estudio en Cali, ya que Yumbo no hay carreras o profesiones con fines industriales” (pag2 y pag4 del Diario de campo, anexo2). Por eso los empresarios tienen que abrir su rango de opciones contratando gente de municipios aledaños como Cali, Palmira y Jamundí; sin embargo, en los registros laborales de recursos humanos y bolsa de empleo del Municipio denominado Desarrollo Económico administrativo por la Alcaldía, y dicho igualmente por los encuestados, se encontró que el personal yumbeño con cargos profesionales, técnicos o tecnológicos son habitantes que se han capacitado en Universidades e Institutos de Cali u otras ciudades,

teniendo más posibilidades de laborar en la industria yumbeña, aunque hay personal obrero de yumbo en varias de las empresas de la zona industrial, muchos son empleados que se vieron obligados a buscar vivienda en este municipio desde hace años, debido al desplazamiento de las empresas a esta región, (un ejemplo de ello es la empresa Carvajal); se pudo constatar con datos proporcionados por el área de Gestión Humana y Desarrollo Económico, que para el año 2007 solo el 3% de la población yumbeña laboraba en las diferentes compañías del área industrial, y para el 2010 el 8% hacia parte de sus empleados, incrementando debido a gestiones y control por parte de la administración durante ese periodo. Aunque hubo un aumento sigue predominando la contratación exterior.

Según encuestas realizadas, debido a esta “enemistad” entre la industria y los habitantes de Yumbo que se ha dado con el tiempo, la gente reconoce la imagen que posee la región como Zona Industrial porque así se ha determinado, pero no siente que se relacione o identifique realmente a los yumbeños, incluso porque algunos aseguran que la infraestructura, la arquitectura, el entorno no parece que perteneciera a una región industrializada, incluso a pesar de las grandes empresas que rodean al municipio, muchos ven a Yumbo como el pueblito de antaño con pequeños cambios.

Debido a esos cambios y sucesos dados en el transcurso del tiempo, y que han afectado la identidad cultural del municipio para sus habitantes, por ende esta se evaluara los últimos 10 años, periodo donde han acontecido tropiezos políticos y cambios administrativos abruptos, cada uno desarrollo sus actividades culturales según su visión, presupuesto y otras variables, ya que en cada periodo las administraciones manejaban la promoción cultural de Yumbo según sus criterios, y se encontraron variaciones en estos últimos años en celebraciones culturales, publicidad, gestión y otros factores que generaron circunstancias como por ejemplo que en el año 1998 y el año 2000 de diferentes administraciones no hubo feria de Yumbo, por razones particulares, o que en el año 2009 no hubo encuentro de poetas. Esto es importante tenerlo presente ya que en este periodo de años seleccionado se analiza si la imagen que enviste al municipio es verdaderamente su característica más representativa o si de algún modo ha adquirido nuevos rasgos culturales identitarios, que no han sido reconocidos por sus habitantes como parte de su imagen e identidad, pero que están latentes en la cultura yumbeña, en este acaso para los residentes del barrio Colinas de Yumbo

4. Justificación

Esta investigación aborda el análisis de la identidad yumbeña, la cual se ha desfragmentado con el paso del tiempo, según información resultante de sondeos hechos a la población, lo cual no solo puede generar un problema de identidad, sino que permite conocer si hay o no una relación entre lo que se ha denominado como imagen dominante de “Capital Industrial de Colombia” con sus habitantes, y descubrir si este fenómeno tiene concordancia con la poca contratación de los habitantes en las grandes compañías que se alojan por todo el territorio. Además de indagar si se han formado nuevos modelos de percepción en los habitantes, los cuales no han sido reconocidos, ni son dominantes para la identidad de la región.

Para encontrar cuales son estos elementos, que no son dominantes, se investigara a partir de las formas culturales, que son “el desarrollo de varias construcciones que se desarrollan por el tiempo y la sociedad, quien las hace propias y parte de ellas para generar lo que los hace únicos, teniendo como base sus tradiciones y hábitos comunes que se comparten como sociedad” (Giménez, 2009), factor fundamental para encontrar los rasgos identitarios, denominados así en este proyecto, que permitirán identificar si hay nuevos elementos culturales, diferentes al que ya existe en la región, que hace parte de la comunidad, pero que tal vez no son reconocidos como su identidad.

De la identidad yumbeña, de sus símbolos, de su cultura y tradiciones, han sido solo registrados hechos por los historiados, investigadores y particulares propios de la comunidad yumbeña, como Hernando Cortázar Sepúlveda, Fabio Satizabal, Luis Alberto Londoño, entre otros, y una entidad yumbeña llamada Fedy, todos deseosos de dar a conocer lo que ha sido la historia de yumbo, abordada desde su creación, sus antepasados, sus libertadores, sus tradiciones, sus festividades, y finalmente su historia e imagen industrial, pero sólo ha sido una recopilación de cada suceso, mas no se han realizado estudios que demuestren que aún se mantienen esas tradiciones, las costumbres y sobre todo si la identidad más fuerte que se ha creado en el municipio de Capital Industrial, sigue siendo reconocida para sus habitantes, algo que se realizara en esta investigación.

Este proyecto permite que desde el diseño se realice un estudio detallado para identificar cuáles son esos rasgos culturales que definen la identidad de

Yumbo actual, analizando los factores culturales, establecidos como resultado del análisis metodológico y etnográfico construido en esta investigación, los cuales son: las costumbres y tradiciones, el simbolismo objetivado y la cultura publica, delimitando puntos claves para analizar la cultura del municipio. Con estos parámetros determinados, la investigación permitirá identificar por medio de estos conceptos, los rasgos de la identidad cultural yumbeña, además de analizar en qué medida la imagen dominante que se ha definido por años hace parte de lo que identifica a la región y a sus habitantes.

Esta investigación brindara al municipio un análisis de sus diferentes formas culturales existentes, recopiladas a través de libros históricos, historiados, la administración pública, sondeos, encuestas y entrevistas realizadas a los propios habitantes y personajes destacados del municipio, para dar a conocer que existen otros elementos culturales identitarios que hacen parte de la región y que no han sido tan destacados como su imagen dominante, brindando una información en la que se definen estas formas culturales, apoyadas visualmente por imágenes fotográficas de cada una, algo que ha sido escaso en algunos de los libros de historia de Yumbo. En conclusión, no solo se identificara la identidad cultural actual, sino que igualmente se realizara una “actualización” o recopilación, apoyada por imágenes antiguas y actuales de los diferentes elementos culturales identitarios que hacen parte de la identidad cultural yumbeña.

Además de hacerse la recopilación y el análisis de las características culturales y su Imagen dominante, este proyecto tiene como aplicabilidad, exponer por medio un sistema comunicativo, el rasgo cultural más actual y representativo determinado por medio del método etnográfico usado en este proyecto (a través de la observación, entrevistas y encuestas a los habitantes), para que no solo se beneficien en la promoción y reconocimiento de su identidad a nivel interno y externo, sino que sea una manera para que fortalezcan esos valores culturales que hacen únicos y diferentes a una región. Creemos que estos medios y sus diferentes usos para transmitir su imagen identitaria, son eficaces, y que estos sistemas visuales deben ser socializados para el desarrollo de este proyecto, donde el usuario determine cuál considera de estos métodos el más efectivo y que logra representar las formas culturales que hacen parte de la región y en la búsqueda de la apropiación para propios y visitantes de lo que identifica claramente a su población o región que los destaca de otras. El sistema comunicativo que se utilizara como intervención para la representación

de los rasgos identitarios resultantes, se analizara y determinara más adelante en este documento.

Ahora bien, esta investigación que busca reconocer aspectos de la Identidad Cultural actual de Yumbo, se delimito a un sector de la población debido a que el municipio cuenta con un volumen alto de población, más 107 mil habitan la región, y debido a que el proyecto se orienta, en determinar una estructura de investigación, con la cual se definen resultados, para comprobarlos con los habitantes, seria complejo hacerlo para tan grande cantidad de pobladores. Por ende se establece orientar dicha estructura en un sector, en este caso, un barrio, definiendo los resultados solo para ese lugar, pero gracias, a la definición la estructura investigativa de las formas culturales de Yumbo, puede replicarse de igual manera, si se quisiera, en todos los barrios, para que con mayor tiempo, se puede consolidar y comparar un total de la población.

5. Antecedentes

En el descubrimiento de ejemplos o antecedentes que se relacionen a los parámetros que busca este proyecto, encontrando elementos utilizados por autores, diseñadores e investigadores, que tenían como objetivo la identificación y determinación de atributos que reflejaran la imagen de una entidad, que al igual que nosotros, busca dar con el o los elementos claves de una estructura formal que determine una imagen identitaria.

La motivación que encamina hacia la búsqueda de antecedentes que determinen esos lineamientos, es debido a la identificación del perfil actual del municipio, destacando su imagen pregnante de Capital Industrial, pero además de determinar si posee otros rasgos culturales que lo identifiquen, permitiendo a los pobladores conocerlos ya que por la fuerza e impacto que ha genera la imagen industrial, reprimen nuevas características culturales que destaquen a la región y la fortalezcan aún más a nivel regional y nacional. El propósito es llevar a cabo un sistema que ayude a identificar cuál o cuáles son las formas culturales actuales, generando un reconocimiento claro de los atributos que hacen parte de esta región, y poderlos reflejar esos valores en una imagen o un sistema comunicativo si así se quisiera, lo cual ayudaría a que fuera reconocible y memorizable para la región y el país.

El propósito de determinar y fortalecer esos atributos es debido a que el municipio ya cuenta con una

serie de características propias, las cuales se han ido reforzando lentamente tras el paso de los años, contando con un nivel alto de tradición y cultura, por variedad de festividades y elementos típicos de la región, pero que no son tan pregnantes como la imagen Industrial, rasgo que lleva el municipio de Yumbo, esto logrado gracias a que cuenta con más de 2500 empresas por todo el territorio municipal, por ende su importancia para el desarrollo económico e industrial del País, y es considerada la “Capital Industrial del Valle del Cauca”, representada incluso por un “Monumento a la Industria” que hace alusión a esto, símbolo ubicado en el sector de Cencar donde está la zona empresarial, y que ha adquirido reconocimiento con el paso del tiempo. Además la región cuenta con variedad agrícola y explotación minera; todo esto gracias a su ubicación geográfica y variados climas. Pero Yumbo también posee otros factores idóneos como rutas turísticas como en el corregimiento de Dapa, que incluye una reserva natural llena de flora y fauna; también destaca el corregimientos de Mulalo, con sus comidas típicas, su museo y balnearios; en Dapa y Yumbillo, corregimientos del municipio donde hay zonas para bañarse en el rio y divertirse en familia. Los habitantes de Yumbo se destacan por ser alegres y divertidos.

Y no solamente es riqueza natural e hídrica, en su cultura ha forjado un numero de elemento autóctonos, como las festividades y los eventos culturales que se realizan en la región en el transcurso del año, de los cuales se destaca el Encuentro Nacional de Danzas Folclóricas “Nuestra Tierra” que va en su XVI versión, el Encuentro de Intérpretes de Música Colombiana “Julio Cesar Ayala” que va en su XXI versión, y la Feria Municipal, estos son eventos de importancia con invitados nacionales e internacionales, que para los yumbeños y su administración municipal, representan la expresión cultural esperada, debido al gran despliegue publicitario y organizacional que realizan, sin dejar afuera festividades como la Semana Santa, Fiestas Patronales y el Señor del Buen Consuelo, eventos típicos religiosos que sin falta se realizan año tras año.

Tanto la denominación de Capital Industrial, su turismo, su ecosistema y los eventos mencionados, son atributos que resaltan de Yumbo, se ven reflejados en su historia, en su sociedad, y acogido por sus habitantes.

Mencionando esas características del municipio, ¿serian entonces rasgos claves de identificación

del municipio y cuales se catalogarían como más representativos? Además ¿Cómo se establecería un método y sistema para establecer cuales son significativos para su población, como se podría utilizar después de ser identificados?

Para ello se analizaran métodos utilizados para encontrar la imagen, la identidad cultural, que si bien son encaminados a la imagen empresarial, y su orientación es de otro nivel, son idóneos ya que determinan la identidad cultural, aunque empresarial, y pueden ser base para encontrar las de una región, además que la identidad regional en cierto modo se convierte en corporativa y colectiva, en el sentido concreto, que al poseer rasgos culturales determinados, ayuda en el fortalecimiento apropiativo y por ende turístico, beneficioso para el municipio y sus habitantes, ya que se reconocen valores culturales importantes que permiten destacar sobre otros lugares que no los tengan.

Un método para determinar la importancia de estos atributos, es el que utiliza Joan Costa, diseñador y metodólogo, a la hora de hacer un análisis de la imagen identitaria. Para el desarrollo de Identidad, Costa (2003) usa un concepto que llama Imagen Global e Identidad de Marca, ambas claves para una construcción de imagen e identidad. Primeramente menciona que cada organización posee unos valores morales, éticos, además de objetivos, sus servicios, de su calidad, son todos componentes intangibles e invisibles que tiene, y que se han construido y transformado desde el inicio de la misma, a esto le denomina imagen global; pero de todos estos atributos la entidad debe tener uno o algunos, que destaquen más que otros y sean mayormente reconocibles para propios y externos, Costa lo llama ADN, que sería lo más representativo de las características, lo que destaca y la hace diferente de otras. Entonces decimos que este ADN es la base fundamental para el desarrollo de una marca, una imagen, una identidad clara que represente a una empresa, haciendo parte de su misión, su visión, de los valores que posee, que determinan su imagen proyectada.

Definiendo cuales son esos rasgos que destacan, que podrían trascender y ser memorizables y reconocibles para las personas, ya se inicia la implementación del diseño o rediseño si es el caso. Pero en todo el proceso, Costa depende solamente de ese ADN que él llama, donde se encuentra la esencia del método que usa, ya que supone, que determinando este factor se resuelve gran parte del problema de identificación, de generar esa imagen Identitaria; sin embargo es algo

que hay que considerar, ya que la identidad requiere no solo reconocer los rasgos en la imagen global de la entidad (sus valores, lo que ofrecen), sino que debe hacerse una retroalimentación determinando claramente, si esta imagen identitaria, es la correcta, comprobándolo y hacerla conocida por las personas, quien es el que comprueba si es o no su identidad, ya que si lo es, hay apropiación y reconocimiento, estableciéndose a posteriori.

Por otro lado, Norberto Chaves (1988), quien es asesor de identidad Corporativa y docente en comunicación y diseño, habla también de este tema de la imagen corporativa, y precisamente menciona que los medios de comunicación y difusión son importantes, esto debido a que las maneras de dar la información, de transmitir el mensaje de identidad mejoran cada día y hay que actualizarse; el propone que primero dentro de este análisis que se hace también hay que realizarlo no solo a la esencia de lo que ofrece, sino buscar otros productos o características que puedan ser parte de su identidad, verificando que estén al nivel competitivo o de importancia de otros rasgos, porque al no indagar diferentes escenarios, se puede generar, según Chaves, en desestabilización de identidad, provocando una deslegitimación, lo que conlleva a volver a relegitimar los rasgos identitarios o su imagen para que la argumentación que haya al respecto sea legitima, clara, exacta y así fortalecer todos los campos visuales, estratégicos y productivos.

Chaves (1988) plantea para su análisis, tres ejes para el desarrollo de identidad:

- Los valores, productos y servicios (para nuestro caso todas las formas culturales que posea una entidad o región)
- La imagen Institucional (en este caso establecer claramente la imagen e identidad especifica de la región)
- La Comunicación y publicidad - marketing (en este caso la intervención, proyección y comprobación de los resultados)

Bajo estos parámetros, propone que cuando una entidad o región posea esos rasgos culturales, representados en los productos, los servicios o los valores que ya destacan y son reconocidos por los demás, que son identificables para los usuarios, convierten ese reconocimiento en un plus, que permite reconocer la marca o imagen que los representa; es pensar, en que la identificación colectiva ante la comunidad pase de ser el producto en una entidad, o para un territorio un factor cultural, y se hagan

esfuerzos por el reconocer la importancia de quien lo hace, el productor o en este caso, el factor generador cultural, dándole un valor agregado, donde se busca identificar qué y quien hace al producto y se ligue o se conozca por la característica que destaca del mismo; como por ejemplo Mercedes Benz con la calidad de sus autos, Apple y la tecnología de sus computadores, donde prima su rasgo principal ligado con la calidad del producto, o para nuestro caso, El Carnaval de Barranquilla y la alegría de la Costa, el Carnaval de Blancos y Negros de Pasto y su llamado a la igualdad y unión, donde se relaciona su rasgo cultural más fuerte con la tradición e identidad de la región. Entonces esto genera que el mensaje que trasmite se enfatice desde este punto amarrado a sus productos, su marca, su identidad. Esto es similar a lo que propone Costa con su concepto de ADN, encontrar ese elemento eficaz, para que sea representado y genere la identidad del organismo.

Al transferir y tener claro el valor del producto al productor o rasgo que lo identifica, Chaves comienza el proceso de la *imagen institucional*, la cual se refiere a la representación misma de la identidad corporativa, ya teniendo claros esos valores o factores de importancia, este resultado de la identificación de su rasgo, se transforma en una herramienta que simbolice lo que es la entidad, pasando de ser un valor de uso a un valor de signo, convirtiéndolo en un reconocimiento que lo caracteriza, derivada de su rasgo identitario. Todo tiene una identidad, una imagen, unos rasgos claros que lo hacen reconocible ante los demás, ante la sociedad, como lo cita Chaves (1988): “*Se habla así de la “imagen de país”, la “imagen de una ciudad”, la “imagen de un barrio”, la “imagen de un género cultural”, etc., como de verdaderos sujetos con “personalidad”.*”(pág. 60), todo tiene atributos, una marca que lo representa, como una empresa, como un producto, una región, y los países ya lo están implementando, pero más adelante profundizaremos en este tema.

Todo esto complementado con los medios de comunicación y difusión, importante para el fortalecimiento de la identidad en el usuario y en el mercado, siendo un área complementaria del campo estratégico del desarrollo; Chaves afirma: “*ya no basta que los valores existan, es esencial que sean detectados como tales por el emisor social (la entidad, la región) y hechos rápidamente “visibles” ante sus “audiencias” (el usuario, la población, habitantes propios y externos)*”. La publicidad se orienta a la potenciación de la imagen, convirtiéndose la imagen corporativa o en este caso cultural, en la base para

cada canal de presentación de la identidad.

Es claro la importancia que tiene para Norberto Chaves, de que cada proceso está ligado al otro, es vital que se cumpla cada paso de una manera rigurosa, hacer un análisis consiente de lo que lo representa, el desarrollo e identificación de la identidad; la metodología de Chaves es más efectiva para generar identidad que la de Costa, que es haciendo el proceso de observación para encontrar ese rasgo particular y potencializarlo como la representación primordial, para luego contar con un apoyo comunicativo esencial para la imagen identitaria, dándolo a conocer; ya que, ¿cómo podría de otra manera lograr una representación excepcional en una marca o imagen corporativa?, indiscutiblemente debe darse a conocer, sin obviar la importancia del proceso claro de la identificación de su rasgo, para generar en el usuario una pregnancia y memorización de la marca, al ser representado. Para Joan Costa la publicidad o difusión es lo menos preocupante, el cree que si hay un problema de imagen, *no se solucionara invirtiendo en publicidad, en comunicación o mejorando sus productos*, se resolvería con analizar el ADN que posea y mejorarlo según su resultado; pero el delimita el proceso y lo respalda solo con este concepto, podría pensar que la prioridad es determinar el rasgo y se generaría intuitivamente la identidad y su pregnancia, pero como vemos, en la actualidad hay ejemplos que testifican lo contrario como Coca Cola, Nike, Apple, Adidas, son marcas de compañías que usan diferentes estrategias para comunicar su marca y el valor que tienen sus productos, indispensable con la competitividad en el mercado, para posicionarse y trascender gracias a una correcta identificación corporativa, es decir a tener clara su identidad, que permite después un esquema comunicativo que vaya ligado con el mismo proceso de imagen, medio que podrá ser más efectivo al tener claro los lineamientos y características a mostrar.

De estos dos autores se puede deducir, que para lograr un rasgo identitario, se debe buscar el *ADN* de Costa, es decir lo más característico dentro de sus valores, además de ser este proceso más riguroso y cauteloso que el de Chaves, aunque ambos busquen ese rasgo o rasgos únicos de la entidad, ya que al determinar esa *imagen institucional* como lo llama Chaves, transformando este ADN (el valor representativo) en el rasgo identitario de la entidad o región, para incluir después a los *medios de comunicación*, para lograr difusión y apropiación, “*haciéndose oír*” socialmente, para generar memorización y reconocimiento en el usuario. Este método, creemos que es racional y meticoloso para lograr el más idóneo de los procesos

de identidad, en este caso.

Vemos que para estos representantes del *diseño de identidad*, lo más importante es reconocer ese valor, ese rasgo especial que posee una institución, para generar su imagen representativa. Teniendo esto claro, retomamos lo que menciona Chaves, acerca de que todo tiene identidad, que tiene una imagen y unas características propias que lo representan, él lo denomina sujetos con “personalidad”; además habla de *imagen de país* e *imagen de ciudad*, los cuales también tiene rasgos especiales que pueden representarse. Siguiendo esta idea, a continuación hablaremos del tema, un punto primordial para el desarrollo de la Identidad cultural yumbena, reconociendo sus formas culturales y ser representadas; ya que estos sistemas planteados por los autores mencionados, son una base para la búsqueda de la identificación de esos lineamientos y fortalecer esos atributos del Municipio de Yumbo, y que respondería a la pregunta de ¿con esos atributos o rasgos encontrados para qué servirían y como puede utilizarse al determinar un sistema identitario que defina las formas culturales representativas de una región,?

Entonces, para hablar de una imagen de una región, o un lugar podemos comenzar hablando algo denominado imagen de país, concepto que se está implementando desde hace unos años en todo el mundo, llamando esta imagen identitaria cultural y social “Marca País” (Country Brand). ¿Qué es marca país? Según artículos encontrados en la web que hablan de este tema, la EMP (Estrategia de Marca País) tiene como objetivo crear y transmitir una Imagen de País (es decir sus valores, cultura, costumbres y rasgos identitarios) y reflejarlo por medio de una Marca País (que sería el resultado del análisis de esos valores representativos mostrado por medio de un sistema comunicativo como un logotipo, un slogan y un lema, un videoclip, entre otros), este nuevo concepto motivado por la globalización y competitividad de la proyección que debe tener un país internacionalmente, se genera como estrategia para mejorar e impactar en la economía, comercio, negocios y turismo. La conciencia de que la imagen del país es un activo fundamental ha ido aumentando el interés por el gobierno de cada Estado; ya que esto permite “vender” bienes, servicios y personas, (con personas se refiere a mostrar los valores que tienen los habitantes como cordiales, respetuosos, trabajadores, alegres, etc.) para cautivar y atraer “esa avalancha” de beneficios procedentes de otros países. Australia, Nueva Zelanda, Croacia, España, Suiza, Argentina, entre otros, son países que han entendido esta necesidad y han desarrollado sus

propias marcas, las cuales responden a las necesidades esenciales de cada uno y les da un diferencial que les permite generar mayor desarrollo. La EMP “*le permitirá captar más inversiones extranjeras, agregar valor a las exportaciones y aumentar el turismo, gracias a la creación de una identidad visual del país, destacando sus valores positivos y diferenciales, su diversidad, sus recursos naturales, sus nacionales (personalidades destacadas internacionalmente), sus logros deportivos, y especialmente como soporte de la identidad nacional, se difundirá el acervo, desarrollo y calidad de la cultura nacional*”, además de fortalecer no solo el poder económico y turístico sino mejorar en su población la autoestima, pertenencia e identidad de los habitantes por su país, tener presente que los caracteriza y hace especiales ante otras regiones. Esta creación de marca debe de estar mancomunadamente ayudada por la publicidad y el marketing que es parte fundamental, como lo expone Norberto Chaves (1988) en su libro “La Imagen Corporativa”, así por medio de una buena *estructura comunicacional* se puede informar, dar a conocer sobre lo que se desarrolla y se quiere proyectar del país, logrando un impacto positivo para la nación.

Uno de los exponentes y experimentados con este método estratégico de creación de marca es David Lightle consultor internacional de la empresa Visual Marketing Associates (VMA). David utiliza un método propio de investigación, en el que lleva a cabo la investigación cualitativa de grupos focales con el fin de llegar a un común y único posicionamiento comercial, determinando que factor o factores sociales y culturales los representa, logrando una marca a largo plazo para el país de destino. Además VMA no sólo se encarga de la fase de diseño de cada proyecto, sino que también trabaja con David en el pensamiento estratégico temprano, ha desarrollado casos como los de Taiwán, Nueva Zelanda, Tailandia y Colombia, este último tuvo sus inicios en diciembre de 2004, Lightle fue contratado por Proexport Colombia para ser el asesor general de un proyecto a largo plazo para crear una nueva identidad para Colombia. Él creó la nueva identidad *Colombia es Pasión*, unido a un pequeño grupo de diseñadores colombianos (que actuaron como colectivo - consultores) para crear la identidad del país. Colombia llevo a cabo un esfuerzo de promoción y marketing de varios años, orientado en medios de comunicación masivos, para comunicar su nueva imagen en el país y el extranjero. La campaña tuvo un buen comienzo, aunque falto más posicionamiento, ya que lograron un reconocimiento en el mercado y ha abierto las puertas de Colombia a las exportaciones, la atracción de inversión extranjera y el turismo, dando

lugar a un auge económico, pese a su posición en el ranking [Country Brand Index](#). También está ayudando a cambiar y fortalecer la imagen e identidad en los colombianos y los extranjeros, una de las motivaciones iniciales para la creación de la marca.

Esta marca ha sido criticada desde su creación hace 7 (siete) años, ya que en el ranking de Future Brand no ha aparecido bien posicionado, esto refleja la poca efectividad, en relación a otros países, basándose en el ranking. Como así lo menciona un artículo de la página web llamada “publicidad y mercadeo” (p&m.com): “La medición ([Country Brand Index 2010](#)) realizada entre BBC World News y Future Brand, realiza su ranking basada en variables como el crecimiento del país, patrimonio y cultura, calidad de vida y ambiente para los negocios, entre otros. De acuerdo con esto, el resultado para “Colombia es Pasión” no es nada alentador. Aunque subieron dos posiciones respecto a la misma medición en 2009, seguimos muy lejos de países de la región como Argentina en el puesto 33, Chile en el 40, Brasil en el 41, Perú en el 47 y Panamá 67. En el sondeo solo superamos a Guatemala, Nicaragua y El Salvador”. Además de que [según lo publicado en el periódico La República](#), Saul Pineda, director del Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas (Cepec) de la Universidad del Rosario, afirma que esto se debe a que “falta mucho todavía para posicionar a Colombia, nuestra única arma sigue siendo Cartagena y Bogotá se ha ido consolidando como ciudad de negocios y espacios públicos, pero las obras en todos lados la han deteriorado y en Medellín y Cali nos falta más promoción”



Analizando este ejemplo del uso de marca País, de una forma rápida, desde su composición y expresión identitaria como representación de la región colombiana, creemos que esta marca como su logo icónico, tiene elementos que aún no están del todo claros, tomados del análisis de las formas culturales del País, pero tal vez se presenta por falta de un análisis más cuidadoso, o puesto a estudio de la variedad de elementos culturales, tradicionales y de más elementos que componen a Colombia; Entonces, podemos analizar desde los conceptos del diseño, elementos con problemas, como el color; al usar un fondo de color rojo, es contraproducente, si tenemos en cuenta, desde su punto social y cultural, que

precisamente la imagen que muestra Colombia por sus noticias es de violencia, matanzas y sangre, entonces se “vende” y se refuerza esa idea, esa imagen social sobreexpuesta. Ahora el símbolo del corazón, o lo que se asemeja a uno, pudo haber sido tomado de la imagen del sagrado corazón, símbolo representativo para el país, además de reflejar el auge por la religión católica, pero este símbolo de corazón, posee un elemento en la parte superior, dando a entender un símbolo de llamas o cuernos que acompañan el logotipo, algo ambiguo y que genera aún más, otras connotaciones seguramente herradas sobre la nación, y peor, lo que significaría unos cuernos o unas llamas en el corazón y con su fondo rojo haciendo alusión a la sangre. Serían muchas interpretaciones y subsignificados, diferentes a los que quería reflejar el diseñador David Lightle y Proexport Colombia, ya que esto que se ha señalado, también son tropiezos claves para lograr posicionar mejor la marca y estar al nivel de otros países.



Hay varios países de Sudamérica que ya poseen su marca país y utilizan este concepto de fortalecer su conocimiento y reconocimiento propio y externo de su cultura, de su imagen más representativa, como es caso Chile, Argentina, Perú, Ecuador y Brasil, pero revisando otro ejemplo como el de Perú, un logo que es muy similar al de Colombia, que utiliza su fondo rojo y el nombre Perú, pero una línea forma la figura y es de color blanco, aunque con fondo rojo, es un tanto más coherente, en el sentido de que en los colores de su bandera hace parte, por ende no es tan equivocado; en la forma del nombre trata de dar sentido a la parte Inca, rasgo cultural principal de los peruanos, pero esa imagen de que es un lugar habitado por “indios”, creemos no es pertinente, debido a que no expone una imagen de progreso y desarrollo industrial del País, u otros factores que sean importantes para los intereses de posibles inversionistas o visitantes extranjeros.



Otro ejemplo que analizamos de Marca País y su pertinencia en la imagen de su imagen cultural identitaria, es el de Argentina, quien ha estado bien posicionado según el ranking de Country Brand Index y ha sido el primero en Latinoamérica. Esta marca ha tenido impactos positivos y ha sido bien acogida por extranjeros y conocedores. En cuanto al diseño, se observa es dinámico, sobrio y minimalista; las ondas transmiten transformación, cambio, progreso e influye calidez por su forma orgánica. Los colores, claramente hacen parte de su bandera, aluden a su país y a su fútbol; el color gris que hace parte de una de sus

hondas, no es consecuente, significa neutralidad, pero no transmite esa intención de tecnología, elegancia o modernidad, que quieren dar al parecer por el color, además de que al ser la onda del medio, impide una lectura fluida, parece un elemento independiente, por no haber una similitud de color; se podría considerar cambiar el color por un azul más claro, generando una gradación de color, para generar armonía. Pero en general el diseño es claro, abstracto pero directo y refleja una variabilidad y proceso, aunque representa más el País, y es poco lo que refleja de su gente o los valores que poseen, si lo hace de su cultura. Aunque es importante resaltar que el logotipo como medio de transmisión de una imagen que se utiliza para la Marca país, se hace difícil, al tratar de representar toda una gran variedad de elementos o lineamientos culturales que pueden identificar a un región y más para un País, donde se encuentran múltiples rasgos culturales, tradicionales y sociales que hacen parte de su entorno regional.

También existe la Marca Región o Ciudad, ya es algo más nacional, se utiliza de manera departamental, donde las ciudades también quieren representar y dar a conocerse por medio de una marca o logo, ya sea nacional o internacionalmente, para promover el turismo y potencializar su economía, características similares a las de Marca País, pero a un nivel más específico. Al igual que los países, su objetivo es mostrar a través de la identificación de sus rasgos representativos y mostrado por la publicidad; con el mismo objetivo, se buscan los rasgos más sobresalientes, y se dan a conocer, sea su gente, su turismo, su economía, su naturaleza o sus festividades, de una manera más puntual a su región, incluso se podría pensar en que ayudaría a la Marca País con la regional o ciudad, lógicamente haciendo un análisis meticuloso y exhaustivo del asunto, podría ser un complemento con buenos resultados. Ya que cada región definiría lo que los representa y Marca País lo retomaría para su Imagen Nacional; sistema que si se utilizara, resolvería de una manera más concreta la representación de una región, ya que se puede usar hasta en niveles cada vez más pequeños, como por ejemplo usado por cada ciudad, definiendo su identidad cultural, para que después sea retomada por su departamento y continúe así; pero para hacerse es importante determinar unos lineamientos claros para el desarrollo adecuado, de cómo abordar la identidad cultural y tradiciones de un a región. Sistema que busca encontrar o proyectar en esta investigación, aunque enfocado para el municipio de Yumbo, pero como base para la identificación de los lineamientos culturales de una región.

Ahora veremos ejemplos del uso de este método de marca ciudad, como fue el caso de Bogotá. Marca Bogotá se creó ya que “se necesitaba un símbolo que representara por qué somos un destino preferido y diferente frente a otros competidores”, dijo Nohora Isabel Vargas, directora del IDT (Instituto Distrital de Turismo). El propósito era cambiar la percepción de inseguridad, y mostrar lo bueno que ofrece. Utilizaron el Mundial Sub-20 para promocionar la marca y la ciudad.

Analizando el uso de este método, la marca en la capital no tuvo gran impacto y reconocimiento, observado por su falta de difusión y posicionamiento en los medios. En el diseño usan el slogan “Bogotá es más”, sin embargo es ambiguo y da un aire de menosprecio y sobrestima, que puede ser mal interpretado por el público; el logotipo es muy simple, es poco llamativo, no se ve representada la ciudad, como sus lugares turísticos, sus estructuras, su naturaleza, etc., además por tratar de representar esas características ubicaron los colores pero no es bien utilizado; usaron como soporte una cruz que haría de letra “t” en la palabra “Bogotá” y dándole el significado del signo (+) mas, pero hay problemas con ese símbolo fuertemente referenciado, que significa crucifixión, cruz de muerte, cruz de hospital, en fin, pero por último se relacionaría con el signo (+) más. Existiendo tantos lugares en Bogotá, iconos de la ciudad, como el Cerro de Monserrate, la Virgen de Guadalupe, sus parques, sus museos, sus zonas verdes, su flora y fauna, y son elementos que no se reflejan en la Marca Ciudad, sin mencionar la tipografía, la cual está en altas, dando rigidez, algo diferente a lo que es Bogotá, que podría ser variedad, entretenimiento, festividades y turismo, falta mucha investigación y exploración.



Otro caso es el de Pasto, en donde la Alcaldía Municipal y la Cámara de Comercio de la ciudad inicio en el 2007 con su proyecto de Marca, comenzando con unas propuestas realizadas seguramente por un diseñador, quien en un blog publico las propuestas para que la gente diera su opinión, para que fueran ellos quienes decidieran. El concepto de las propuestas es el Volcán Galeras, sus tradiciones, que es una ciudad alegre y una ciudad con futuro, teniendo esto claro, si se ve en los diseños el volcán, pero algunos son muy figurativos y otros muy abstractos terminando en confundir la idea del Galeras; en algunos los colores si reflejan la alegría, pero más allá de eso, nos preocupa es la idea de representar el Volcán Galeras como símbolo, es algo irónico, en el sentido de que los medios hablan mucho del peligro, de la población en riesgo por la explosión inesperada de él, es difícil fortalecer la imagen de un fenómeno natural impredecible, no motivaría al turístico, sino a la prevención; por eso es importante usar otro rasgo de la ciudad, como las festividades, su fauna, su gente, otro elemento que brinde un reconocimiento de Pasto, y cautive a propios y turistas.

Y un último ejemplo del uso de este método, es el del municipio del Huila , llamado Palermo, según se indago, era importante para la región crear una marca para ayudar a empresarios, artesanos y la administración, que pudieran usar en productos, suvenires y demás, con el fin de promocionar e impulsar el turismo y mejorar su economía. El objetivo con la marca es rescatar las costumbres indígenas que tiene la región, es decir resaltar su valor cultural por un medio visual. Este logotipo fue realizado por Juan Carlos Perdomo, diseñador gráfico del lugar. El diseño dice “Guagua, un abrazo natural”, donde Juan explica que el nombre es debido a que este municipio, Palermo, era un antiguo territorio Páez, llamado el Valle de la Guagua, así este nombre es la base de su estructura. El diseño se conforma por la palabra “Guagua” que aparece con una tipografía irregular, seguramente asemejando a tipologías de sus costumbres indígenas, pero al analizarse da sensación de algo rustico, sin terminar, algo reconstruido; el color fucsia no es de la bandera y no hay relación con los conceptos que expone el diseñador del deporte, fiestas y la naturaleza, que sería representada por la flor que aparece arriba del nombre; sin embargo, habría que pensar en una fuerte campaña publicitaria para posicionar esta Marca Región, debido a que este lugar es conocido como Palermo Huila, pero en el logotipo hacen alusión a

un nombre antiguo que se le daba, conocido solo por los habitantes. Será un desafío interesante para la administración y los creativos, ya que deben posicionar la marca Guagua y relacionarla con Palermo Huila, esto posee más dificultad, que si se usara el mismo nombre de la región en su marca, para este caso, es importante como se expondrá en capítulos siguientes la importancia del estudio y determinación de elementos culturales representativos, para poder que haya una apropiación de los resultados más adecuada al ser formas culturales que la población reconozca como verdadera imagen de un lugar, como lo indica Costa, definir claramente el ADN que representa imagen identitaria cultural.

Los anteriores cuestionamiento de cada uno de estos ejemplos, se realizaron con el ánimo de explorar la importancia y eficacia en la determinación de la imagen identitaria a mostrar, observando a primera vista, desde el diseño conceptos básicos, como la forma, el color e interpretación, examinando superficialmente en los significados culturales y especiales que puedan tener los símbolos o colores usados en cada diseño, según lo indagado para cada ejemplo, debido a que implicaría un análisis más exhaustivo, que en este momento no es necesario para el estado del arte; el interés es solamente ver lo que refleja a primera instancia, a un nivel de interpretación no muy alto, es decir personas con un nivel básico e intermedio, desde analfabetas, bachilleres hasta tal vez universitarios, que no tengan la noción del diseño y sus conceptos. Que generalmente hacen gran parte de la población de un país o región, sobre todo en América y países subdesarrollados, y quienes son los “usuarios” finales de cada marca, y definen si funciona o no su imagen identitaria representada, de la cual se pueden apropiar, ayudando a reflejarlo para propios y visitantes. Asimismo estos ejemplos y análisis hechos, demuestran como existen métodos y maneras de representación de su imagen identitaria; aunque cabe resaltar que este concepto de Marca País, en cada caso ha sido realizado a su método de representación, es decir el logotipo, que hace parte de cada propuesta, ejemplos que sirven como muestras claras de estados del arte y métodos de construcciones de características identitarias que fueron aplicadas para darse a conocer por sistemas visuales. Por otro lado los conceptos de los investigadores Chaves y Costa, quienes usan un sistema que cada uno define como opcional para identificar los rasgos característicos de una entidad o región, como lo es nuestro caso, son conceptos que tienen algunos elementos esenciales para nuestro desarrollo, como la definición del ADN clave de identificación del lugar, pero para nuestra investigación se usara como base conceptual

los fundamentos identitarios del investigador Clifford Geertz (2003), quien se enfoca aún más en la determinación de las variables culturales que identifican ese ADN, para definir concretamente una estructura que permita dar los lineamientos culturales que representan a una comunidad o región.

Este estado del arte refleja, primero, la importancia para una entidad o región determinar sus atributos que lo identifican, ya sea por comercio, por apropiación o por generar reconocimiento, es clara la importancia de los lugares por generar impacto, relacionando su mejor rasgo característico para hacerlo, y segundo, que se pueden ver diferentes sistemas utilizados tanto por los diseñadores y publicitas en marca país, como por investigadores como Chávez y Costa, donde para cada ejemplo, determinan una estructura para definir los lineamientos, que guían hacia las formas culturales en cada caso; sistemas que servirían en el proceso para hallar los rasgos característicos de Yumbo, los cuales permitirán crear ese elemento visual identitario, dado desde la idea de la marca, la imagen, los rasgos, el ADN, que logren fortalecer a la región y permita el reconocimiento ante propios y visitantes, que identifiquen que es, que se hace o que representa al municipio y la importancia que tiene para el país, ayudando a mejorar su identidad, su apropiación e indirectamente su economía y turismo, para crear a futuro un valor agregado de pertenencia y orgullo para sus habitantes.

6. Capítulo I

Método de Investigación Etnográfico

Para el desarrollo de este proyecto es indispensable la parte de observación y análisis en los participantes en la Identidad Cultural de Yumbo, específicamente al grupo seleccionado del barrio Colinas. Siendo esto importante, debido a que en este estudio existen dos corrientes en el proceso que conlleva a las conclusiones de este, la primera es la parte teórica, la cual estableció datos y estructuras puntuales de estudio, en este caso la definición de las Formas Culturales que hacen parte de la Identidad Cultural actual del municipio. Y la segunda, pero no menos importante es la que permite que esos parámetros sean comprobados por medio del método de encuesta, que hace parte del método etnográfico. Es decir que para la búsqueda de los diferentes rasgos posibles de la cultura yumbena, se utilizaron los procedimientos de observación participante y observación fotográfica, además de registros históricos, utilizando todos estos métodos después de tener definido la estructura del marco teórico que contiene las formas culturales de la identidad yumbena (Ver Mapa Conceptual (pág. 61 ANEXO1); usando instrumentos de obtención de información como la encuesta al barrio escogido, el cual posee elementos puntuales que se hablarán más adelante, quienes determinan los elementos culturales escogidos por esta población en particular. Ya que la estructura de la investigación permite la identificación de los lineamientos culturales por el método de encuesta, y conlleva a la comprobación de la parte teórica de las formas culturales, la cual se puede realizar en los demás barrios del municipio de Yumbo, si así se quisiera, permitiendo obtener resultados de cada sector de la población, y finalmente totalizar los resultados de la identidad yumbena, ya que el estudio solo se comprobó

para un barrio, ya que el municipio cuenta con casi los 107 mil habitantes.

Es decir que la comprobación es necesaria para la determinación de los lineamientos, con la ayuda de la participación ciudadana, en este caso, de los habitantes del barrio Colinas, debido a que de esta manera se obtendrá la información más acertada y pertinente de la cultura y tradiciones yumbenas, ya que son las personas los partícipes y conocedores de las costumbres, festividades, además de conocer sus monumentos y lugares representativos, y saber cuál es su impacto, o si es o no destacado.

Todo lo anterior se investigara bajo una base teórica pero con una parte etnográfica contenida en los métodos de observación participativa y fotográfica, usando estos métodos que permiten la determinación inicial de las formas culturales a estudiar, ya que es el manera más idóneo para corroborar los resultados, en este caso, del desarrollo investigativo.

6.1. Definición del método utilizado

Primero hablemos que es la etnografía; la real academia de la lengua lo define como el *estudio descriptivo de las costumbres y tradiciones de los pueblos*, según esto, la investigación de una sociedad por este medio, debe tener como resultado un detallado análisis dado por la observación que dota a dicho estudio de características y elementos representativos vistos de esa sociedad. Entonces esta es “una ciencia etnológica que tiene por meta la observación de las sociedades, y por finalidad general el conocimiento de los hechos sociales, la cual registra estos hechos, hace una estadística si es preciso, y publica los documentos que ofrecen un máximo de certeza”. (Mauss, 1967).

Mauss usa la etnografía, como el sistema para comprobar un proceso investigativo dentro de un análisis de campo, permitiendo ser más propicio y obtener resultados de primera mano, como dice Mauss (1967) “La teoría tendrá como papel verdadero ubicar a la investigación dentro de un objetivo de verificación”. Pág. 20. Así permitiendo obtener los resultados idóneos, comprobando en campo, las formas culturales dadas por la teoría investigativa, definiendo por el método de la encuesta, medio de comprobación, finalizando con los lineamientos de la

identidad e imagen yumbena, definida por la misma población.

Uno de los métodos etnográficos utilizados es la observación, en la que se conjugan los elementos claves de la observación, analizando en principio un total de elementos y culminando con la evaluación más específica, resultado de la generalidad inicial resultante; Mauss (1967) lo denomina como observación extensiva e intensiva, aunque para esta investigación se retoma desde la esencia misma de lo que significa para este investigador; es decir, se retoman elementos primarios de búsqueda de información, como el iniciar desde la indagación, observación y verificación de los rasgos culturales que posee la región (material físico), hasta limitar el rango de análisis a factores más concretos de la cultura yumbena (religión, monumento y festividad, que se explicaran más adelante). Dentro de los elementos (material físico) que se analizaron como escenarios de comprobación de la cultura de la región fueron en libros, revistas, plegables, folletos, averiguaciones en entidades como la Alcaldía, Instituto de Cultura, Museos, registros fotográficos y filmicos existentes, prestando atención en cada uno de ellos, determinando cuáles eran los parámetros de la cultura yumbena que eran significativos en dichos medios de información, buscando los más recurrentes y destacados, como por ejemplo, buscar en los registros de eventos cuales generaban más impacto, reunían más espectadores, tenían más respaldo de la población y administración municipal, identificando eventos destacadas como el Encuentro de Danzas, el de Música, la Religión con la Semana Santa, las Fiestas patronales, y monumentos, entre otros, teniendo en cuenta que estos, entre otros formas culturales, eran mencionadas en libros de historia del municipio, en videos, fotografías, por las entidades municipales y culturales, asimismo verificando con indagaciones previas entre los pobladores, realizando además observación participativa en los eventos, actividades, visitando los monumentos, edificaciones y diferentes lugares en general del municipio, para determinar cuáles eran finalmente esas formas culturales de la identidad yumbena de manera extensiva dando como resultado un rango más preciso que intensifica y centra mejor la comprobación de los factores más concretos, para poner a discusión con la población yumbena, quienes determinan finalmente que lineamientos son los más representativos de la identidad yumbena.

Otro método del sistema etnográfico es el fotográfico, ya que este medio permite registrar, comprobar y establecer las diferentes actividades culturales que se han dado con el tiempo, y que permanecen

con el pasar de los años, siendo indispensable en la complementación del método de observación, ya que han sido formas culturales que han quedado fotografías como una forma de registro de eventos, lugares y monumentos de la historia del municipio; como menciona Marcel, que cuando los objetos o sucesos son fotografiados de manera natural, se debe tener en cuenta que se incluye el método sociológico que consiste ante todo en la historia considerada por la sociedad. Es decir que los elementos o actividades fotografiadas poseen su contenido cultural capturado en el tiempo, reteniendo las características que enriquecen ese rasgo cultural y pueden ser estudiados, apoyándose en la observación detallada de lo que posee ese elemento, esto debe tenerse en cuenta para hacer el estudio etnográfico a partir de una fotografía (Mauss, 1967). Para este caso se estudiarán los registros fotográficos y filmicos facilitados por el área de prensa de la alcaldía, algunos tomados previamente y otros obtenidos del Instituto de Cultura de Yumbo, por el museo de Yumbo, en libros de historia del municipio en la biblioteca municipal y registros encontrados en internet de personas particulares.

Con lo anterior, se puede ver como la etnografía permitió en el proyecto delimitar y especificar los valores de estudio dados por la teoría, donde el método logra desempeñar su verdadero papel al incitar a la investigación, mediante la cual ha de ser comprobada de manera intensiva y específica (Mauss, 1967); siendo esto importante si se tiene en cuenta que el proyecto está orientado para la cultura yumbena, municipio que posee una población de más de 107.000 millones de habitantes, por ende fue indispensable encontrar teóricamente y etnográficamente las formas culturales principales del municipio y así realizar un estudio más específico de una porción de la población, escogiendo un barrio que posee características particulares. Hacerlo de esta manera permite obtener datos estadísticos eficientes, concluyendo el resultado para dicha sección de los habitantes.

Estos métodos anteriormente descritos, en especial el primero, permiten un análisis exhaustivo a un fragmento de una población total, gracias al sistema de observación y análisis de los elementos previamente referenciados de la cultura yumbena, para ser puestos a prueba en la población del barrio Colinas, que por motivos de viabilidad, productividad y veracidad, permiten datos exactos. Usando este comprobación sectorizada, que si se quisiera un resultado total de la población se haría de igual manera por cada barrio del municipio, obteniendo datos específicos de la población, realizando conclusiones estadísticas generales de dichos resultados, esto por supuesto,

si se buscaran resultados de toda la población yumbeña. Como ya se dijo, en este proyecto se ha contemplado por veracidad, viabilidad y tiempo solo el realizarlo en un barrio específico, que permita datos concluyentes para ese sector, aunque se escogió el barrio por poseer características puntuales, como año de creación, población, cercanía con la zona centro del municipio, pero no quiere decir, que la estructura de comprobación construida por esta investigación, que se hace en este barrio, no sea incompatible para los otros, ya que el análisis se relaciona con las formas culturales de la identidad de Yumbo, y solo se diagnostica cuáles son las más representativas para el barrio en particular. Es decir, que para este proyecto, la comprobación con un solo barrio es la prueba piloto, del análisis a gran escala que se puede realizar con la base construida, para determinar globalmente con esta tesis y su estructura la identidad cultural actual que representa al municipio y a los yumbeños.

Dentro de la metodología etnográfico que se utilizó para determinar la identidad cultural, es importante también describir los medios de comprobación utilizados para verificar con los datos determinados por la teoría y las formas culturales, cuál de esos es el más representativo, el cual debe ser definido por la población, siendo ellos los más indicados para hacerlo; esto se hará por medio de entrevistas y encuestas, que se harán al barrio escogido, como ya se ha dicho.

6.2. Método de encuesta

Se hará una encuesta para los habitantes, la cual contendrá datos principales como nombre, edad, sexo, también cuánto tiempo lleva la persona en el municipio o si es yumbeño nato, debido a que en la época del inicio de la industrialización de la región, hubo migración de personas de diferentes lugares en busca de empleo; nivel educativo y la profesión que realiza; ya en la parte central de la encuesta, se iniciaran una serie de preguntas que permiten indagar sobre la percepción para los habitantes de los rasgos culturales de Yumbo; se inicia entonces con una pregunta subjetiva donde la persona debe pensar en una imagen y palabra que para las personas, represente al municipio, la cual debe ser plasmada en la encuesta. Seguida de una pregunta más concreta, orientada hacia las formas culturales definidas, donde la persona las especificara, según su opinión; las opciones dadas para los encuestados son monumento, religión y festividad, conceptos definidos por el

estudio, por ser elementos recurrentes en los libros de historia de la región, hacen parte de su tradición, demostrando su importancia, como por ejemplo monumentos que son participes en eventos como en el día de independencia, el busto de simón bolívar en el parque, las tres cruces en semana santa, y los parques por ser los más tradicionales para eventos, al igual que sus iglesias y festividades importantes por su gran asistencia y trayectoria, algunas muy características de yumbo por toda la organización y propaganda que se le hace al evento como por ejemplo el encuentro de danzas, de música y la feria. Después de este punto, se hará una pregunta que servirá en la definición de la proyección e intervención de los resultados que serán evidenciados por el resultado final del sistema de definición de las formas culturas, que serán representadas por un medio visual, que también lo definirán los encuestados entre varias opciones, para establecer cuál es el medio más indicado para representar y dar a conocer los resultados finales de este proyecto, medios escogidos al azar entre los más utilizados recurrentemente, sin darle importancia específicamente a otros, ya que independiente del resultado de la pregunta, esta investigación se enfoca en la definición de las formas culturales y mostrar cómo pueden ser usados, y no se centrara en que medio se transmitirá o será más efectivo. Y finalmente una pregunta destinada en la determinación si la imagen actual de la región como Capital Industrial del Valle del Cauca, es dada por factores concretos, que se encontraron al estudiar la historia del municipio, como el tradicionalismo dado por el impacto industrializado en la región, llevando a ser epicentro empresarial o si se da esta imagen por habitantes yumbeños que trabajan en esta zona. Todas estas preguntas y las entrevistas que se realicen, permitirán darle un desarrollo al proyecto con un enfoque más claro y resultados concisos dados por la población, además de que las entrevistas y charlas abiertas durante las encuestas, permiten aclarar cada una de las respuestas, escuchando opiniones y puntos de vista que servirán para complementar el proyecto, generando resultados reales y no hipotéticos. Las conclusiones de este método se verán en el capítulo III donde se indagara más acerca de este procedimiento y sus resultados.

La encuesta puerta a puerta permitirá obtener datos más concretos de manera más específica de los yumbeños. Para realizarla se tuvieron en cuenta factores importantes para este proyecto, como el volumen de habitantes en este municipio, los cuales son alrededor de 107 mil personas solo en la zona urbana; y el otro factor ya mencionado anteriormente, es el análisis de las formas culturales

que han permanecido los últimos 10 años desde 2004 hasta el 2013, rasgos culturales encontrados en la Alcaldía y el Instituto de Cultura del municipio, ya que este periodo comprende una etapa municipal en que no hubo continuidad política, lo que llevo a cambios administrativos abruptos, incluyendo sectores como la cultura. Por consiguiente se establece que por motivos de tiempo para la recolección, cotejo, análisis y conclusión de los datos no era aconsejable extender la comprobación del proyecto para la totalidad de la población, concluyendo en que la aplicación de los datos y la encuesta sería más eficiente realizarla a un barrio a la vez, para así obtener datos más concretos de una generalidad, concentrándose en un pequeño grupo social, como los son los barrios. Aunque se hizo el análisis en esta tesis a un solo barrio, este desarrollo investigativo permite replicar este mismo patrón, si se quisiera, para obtener la generalidad de todo el municipio, por eso se denominan como Las Formas Culturales de la Identidad yumbeña, aunque el análisis sea a una población en específico, esta hace parte de la totalidad, siendo su información relevante, sirviendo como prueba de la aplicación del proyecto, siendo posible si se quisiera realizarlo a todos sus habitantes.

Como un parámetro para establecer que barrio seria encuestado, por la cantidad de barrios en el municipio y para evitar escoger uno al azar, se decide establecer un patrón claro, que debería ser un sector que no excediera mucho el tiempo de fundado, similar al rango de estudio de las formas culturales en la región; debido a que si fuera un barrio muy antiguo, tendría muy arraigada la tradición cultural ya que serían barrios cercanos al centro del municipio y si fuera muy nuevo no habría un concepto claro de las tradiciones del municipio, por ende al buscar barrios entre antiguos y nuevos, se encuentran barrios que están en un rango intermedio de creación, permitiendo un análisis más adecuado, ya que el tiempo promedio de 12 años de su creación, genera un factor interesante,

donde se observa que tanto ha impregnado las tradiciones culturales en su sector, sobre todo en un periodo en el que fue errático la estabilidad política del municipio, afectando hasta la realización o difusión de eventos culturales, claves de la región. Por consiguiente se encontró, que el municipio de Yumbo cuenta con 36 barrios, cuatro comunas, de las cuales solo 8 son barrios nuevos y para el 2012 - 2013 fueron inscritos en el plan de ordenamiento territorial a pesar de su antigüedad, además de estos 8 y según el patrón mencionado de este proyecto de análisis, se estudiaran las formas culturales más recurrentes los últimos 10 años entre los años 2004 - 2013, solo 3 barrios cumplen este rango los cuales se encuentran entre 11 a 14 años de creación, pero 2 de estos barrios se encuentran en zonas que se consideran de precaución, por ese motivo se escoge el barrio Asovivir las Colinas o conocido solo como Colinas; el cual no solo se escoge por descarte, sino que este es el barrio es el que posee menos años de fundado, aproximándose al rango establecido.



Imagen 6. Encuestando a la población del barrio Colinas. Fotografía tomada por Sandra Orozco

Para realizar el método de la encuesta primero se realizó una visita al barrio, para determinar la cantidad de casas, las cuadras, calles y realizar un sondeo en la población para determinar un promedio de la cantidad de habitantes y que día sería el más propicio para encontrar a la mayoría de los ciudadanos y realizar la encuesta. La mayoría de los habitantes trabajaban de lunes a sábado; los grupos familiares la gran mayoría, conformadas en promedio de 3 a 4 personas, usualmente 2 adultos, un joven, un niño o dos menores, y alrededor de 95 casas; teniendo estos datos previamente referenciados, se determinó que la mejor opción era realizar la encuesta, debido a que este método se complementa con el método etnográfico de observación y que permite por la cantidad importante de casas adquirir concretamente una respuesta más personal y determinante.

Las encuestas se estipulan realizarse en un tiempo estimado de 4 días, 2 sábados y 2 domingos respectivamente, debido a que se lograría encontrar

a buena parte de la población ya que no estarían laborando y al número de habitantes por casa, se haría en el horario de 9:00 a.m. a 3:30 p.m. con descanso de 30 minutos por el tiempo de almuerzo, concluyendo que es un horario flexible y que no llegara a incomodar a los habitantes. Según los datos se encuestarían alrededor de 285 personas en los 4 días, serian 72 personas aproximadamente a encuestar por día, por ende se haría entre dos encuestadores y un encargado del registro fílmico y fotográfico si es el caso.

El barrio tiene 5 manzanas, cuatro calles y tres carreras, por ser un barrio con casas ubicadas irregularmente es decir no están ubicadas en un orden claro, sino que hay casas que están alejadas de otras, se decide iniciar en primera calle de izquierda a derecha, seguidamente la calle que esta de frente a esta, al salir estaría la primera carrera que es corta y termina hasta la segunda calle, bajando por esta hasta una carrera angosta que divide esta calle y subiendo por una calle que está en medio de esta, nos devolvemos y culminamos la calle anterior y finalizamos encuestando la última carrera que se encuentra al iniciar el barrio, se haría de la siguiente manera:



Imagen 8. Avenida Principal del barrio Colinas
Fotografías tomada por Edward Ramirez

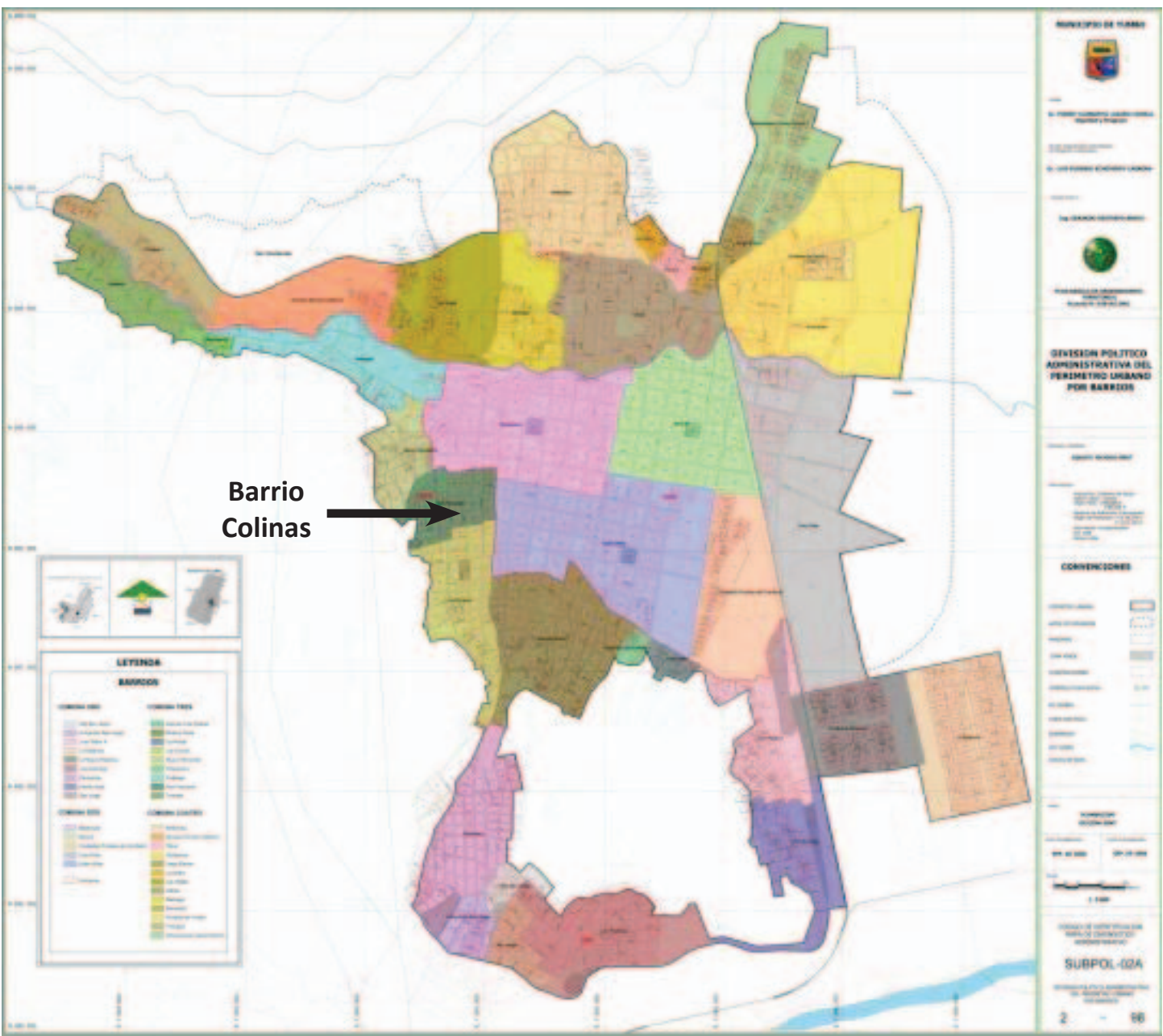


Imagen 7. Mapa Zona Urbana de Yumbo



Imagen 9. Inicio del barrio Colinas
Fotografía por Edward Ramirez



Imagen 10. Calle interna del barrio Colinas
Fotografía por Edward Ramirez

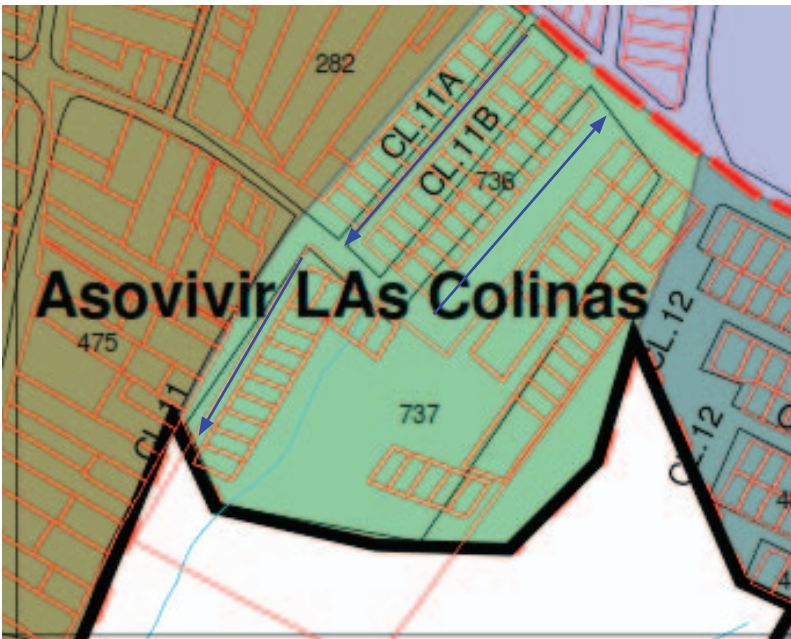


Imagen 11. Mapa y recorrido del barrió Asovivir las Colinas
Recorrido realizado por el barrio para encuestas.



Imagen 12. Registro en el diario de Campo
Fotografía tomada por Sandra Orozco

Para dejar soporte de la realización de estas encuestas y entrevistas con la comunidad se realizaran registros fotográficos y audios, como parte del método etnográfico de este proyecto, con el cual se hacen capturas para permitir, no solo para tener comprobación de dicho proceso, sino para tener soportes físicos para verificar, o corroborar alguna información si da el caso. Por otro lado se realizara un sistema de apuntes donde, quedara sentado cualquier comentario, sugerencia, opinión u otra información que resulte de las encuestas y entrevistas con la población, este soporte es el diario de campo.

El diario de campo es una herramienta indispensable en el trabajo etnográfico, el cual consiste en llevar una bitácora en una libreta de anotaciones en la que se registran los datos obtenidos mediante la observación o la entrevista. El objetivo es utilizar la página de la derecha del cuaderno para escribir ahí todo lo que se ha observado y todo lo que han dicho los informantes. No debe existir ninguna interpretación ni adjetivos: una casa no se describe como «pobre», sino objetivamente como es, de modo que quien lo lea pueda deducir si tiene esa condición o no; de lo contrario le estamos otorgando esa categoría de manera anticipada. Además se debe distinguir con todo cuidado si es un fenómeno observado o es lo que dijo un informante.

El lado izquierdo del cuaderno se dedicará a la interpretación, a las preguntas que nos hacemos, a la especulación, planteamientos de líneas tentativas de explicación o hipótesis y a los adjetivos. De esta manera, el diario se hace todos los días sin falta. La información no registrada o que tarda en registrarse en él es información perdida o de dudosa confiabilidad. Cada día del diario de campo debe iniciarse con fecha del día en que se hizo la observación, e indicando si el registro se está haciendo en fecha posterior.

7. Capitulo II

Marco Teórico

Para el desarrollo de este proyecto fue fundamental determinar ejes principales y secundarios para realizar un análisis adecuado para identificar los rasgos característicos del municipio de Yumbo. En esa delimitación de los factores de estudio, se definieron ejes claves, teniendo como punto de partida la historia



Imagen 13. Puerto Barquero Antiguo de Yumbo conocido hoy como el barrio Puerto Isaac
Fotografía tomada del libro de historia de Yumbo

de Yumbo y su imagen cultural actual, para que a partir de estos lineamientos se re direccionara de una forma más adecuada la investigación y determinar coherentemente las formas culturales que definen la Identidad Cultural del municipio, ya que al hacerse de esta manera, se parte de la estructura base de su identidad, dada por su historia y tradiciones culturales. Teniendo definido estos ejes, se precisan cada uno sus variables de indagación, donde la parte de la imagen actual (llamada Imagen Dominante) se determina por medios que contengan registros culturales, históricos y estadísticos; y la parte de su tradición y cultura(llamado Formas Culturales), se determina también por medios que contengan registros históricos, pero con base en un sistema construido teóricamente, que especifica las variables de estudio de la cultura, historia y tradición yumbeña. Estos ejes al estar especificados, se ponen a prueba, por medio de un método de encuesta y entrevista, para finalmente, determinar los rasgos culturales que definen la identidad yumbeña, lineamientos los

cuales pueden ser utilizados en aplicaciones formales de imagen, difusión y publicidad de a propios y visitantes.

7.1. La identidad Cultural

Yumbo, capital Industrial del Valle del Cauca, reconocida por ser una región fundamental donde se nutre parte de la economía y sostenibilidad de nuestro país.

La cultura e identidad de la región estaba definida en los inicios de su creación por una tribu indígena, llamada los indios Yumbos, quienes tenían un lugar rico en recursos naturales, también con sus propias tradiciones y costumbres sociales indígenas, con su economía, su política, y demás elementos establecidos con el transcurso del tiempo; pero empezó a ser inquietada con la llegada del Capitán español Miguel López Muñoz en 1536, ya que por mandato del conquistador Sebastián de Belalcázar, establecieron su estancia en este lugar, en cercanías al río Yumbo. Con él llegaron no solo la cultura española, sino otras como la de los indios de la cultura yanacona, que usaban para labores de carga.

Con esto se empezó una mezcla cultural, y se promovió la perdida y mezcla de tradiciones y costumbres, prevaleciendo otras como el idioma, la economía y la religión. Hecho que se dio por toda América con la llegada de los españoles, “la identidad en América Latina es la integración de variadas influencias,

externas e internas, formando un todo cultural”. (Unesco, 1986). Esto quiere decir que se desarrolla un nuevo modelo identitario, el cual ha sido múltiple, variable, híbrido, en permanente proceso de reelaboración.

Llegando con el paso de los años a este boom empresarial que ocurrió en la región, dados por la industrialización y la economía, generaron también nuevas formas culturales que se han mantenido, latentes en sus rasgos característicos pero sin tener la fuerza o pasan desapercibidos, lo contrario de factores culturales existentes como las empresas e industrialización; estas nuevas formas poco identificadas, se han mantenido y trascendido con el paso de los años, las cuales mencionaremos más adelante, convirtiéndose en parte de la región, en parte de su identidad, existiendo en la cotidianidad de los habitantes, pero sin ser reconocidas como parte de su fuerza e imagen interna y externa que los representa.

Pero lo que sí ha identificado a Yumbo en los últimos 10 años ha sido su imagen de Capital Industrial, sin embargo se ha generado el problema de la “enemistad” entre la industria y los habitantes de la ciudad que se ha dado con el tiempo, aunque la gente reconoce la imagen que posee la región como Zona Industrial porque así se ha determinado, pero no se sienten identificados, esto se vio reflejado en las entrevistas realizadas a los encuestados realizado a los habitantes del barrio Colinas, como lo menciona uno de los fragmentos del diario de campo (anexo2) “...la industria es conocida más por las empresas, que por los yumbeños que trabajan allí...”Yumbo es conocido como capital industrial por las empresas y no por los yumbeños, y no contratan por falta de experiencia o por falta de estudio” “...es un municipio industrializado pero se ve el pueblo atrasado” “...la industria se reconoce como imagen por las empresas...”, con estas opiniones se pudo observar, que es claro el reconocimiento que se le da a Yumbo como Zona Industrial, pero se ha perdido su valía dicen ellos, transmitiendo esta imagen solamente por el hecho de que hay muchas empresas reconocidas en la zona, pero no porque ellos laboren allí, o porque vean un impacto en la infraestructura de la ciudad, algo que según la historia del municipio si ocurrió en los inicios de su imagen industrializadora, por consiguiente los yumbeños no sienten que sea la Identidad realmente del municipio.



Imagen 14. Pavimentación de la vía principal del municipio que conecta con la ciudad de Cali; además se aprecia en pleno desarrollo la Urbanización Acopi.

Pero para hablar de identidad es necesario determinar cuáles son esos rasgos culturales que posee una sociedad, ambos son inseparables y necesarios para entenderse mutuamente, hablamos de los conceptos de identidad y de cultura, los cuales son inseparables, por la sencilla razón de que el primero (identidad), se construye a partir de materiales culturales. Entonces hablaremos de una Identidad Cultural.

Para una comunidad la identidad cultural consiste en la apropiación de ciertos repertorios culturales que se encuentran en el entorno social, en un grupo o en la sociedad, es decir que elementos culturales representativos e importantes son dados por nuevos preceptos, generan una apropiación para su identidad. También la UNESCO lo denomina como Identidad de Colectividad, definiéndolo como la existencia de una valoración social recíproca, determinada por hábitos peculiares correspondientes de la etnia o la comunidad; por tal motivo se analiza la colectividad o también denomina en este proyecto Identidad Cultural, observando la culturalidad del colectivo yumbeño, y no su pensamiento cultural independiente.

Como lo cita Gilberto Giménez, la identidad consiste en la apropiación característica de ciertos repertorios culturales que se encuentran en un entorno social; por consecuencia la función más clara de la identidad resulta en marcar fronteras entre unos y otros, y es por medio de los rasgos culturales como las comunidades se diferencian.

7.1.1. Cultura

Es indispensable conocer el concepto de cultura para este proyecto, aunque se ha determinado la identidad cultural como factor principal de estudio, dentro de su construcción no se puede olvidar ni desligar que los conceptos de identidad y de cultura son inseparables, porque ya se había dicho, que el primero, la identidad, se construye a partir de materiales culturales. (Giménez, 2009); debido a que está contenido dentro del concepto de cultura, eje principal para el desarrollo metodológica en el cumplimiento de los objetivos planteados en esta tesis, por ende es indispensable conocer acerca de este tema que encierra el contenido del documento, es decir, conocer los límites de las formas culturales, establecidas para realizar la investigación cultural identitaria del municipio de yumbo.

Como primera medida, el término de cultura proviene del latín cultura, que significa cultivo o crianza, que hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Al mismo tiempo se define como el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social, entre otros. Además popularmente se conoce como el conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

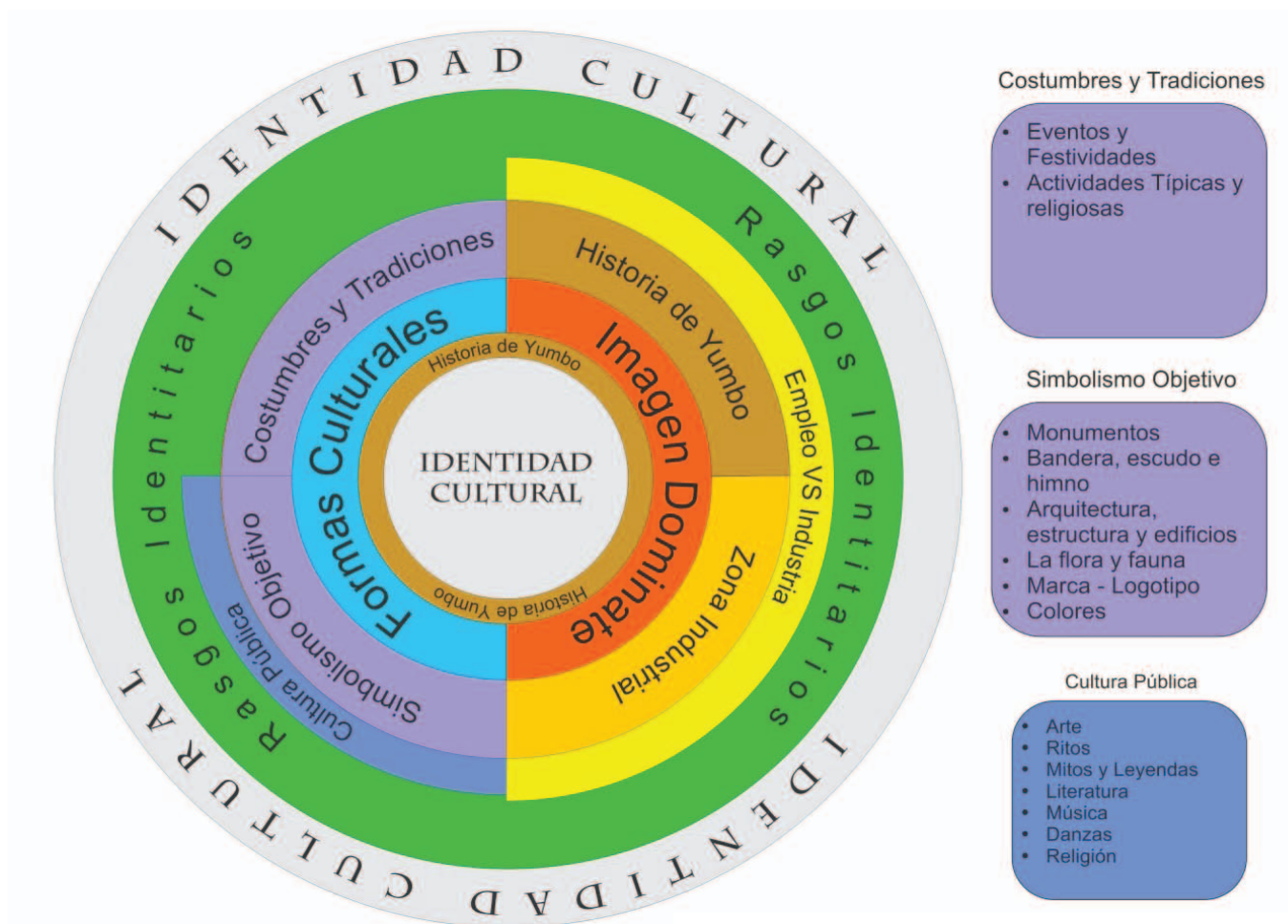
Es decir la cultura es parte importante del nicho social, que agrupa las diferentes formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las tradiciones, los rituales, el medio ambiente, su arquitectura, su arte y hasta las normas de comportamiento entre otros, son aspectos incluidos en la cultura.

En este documento no se estudiara, ni profundizara en los orígenes y transformaciones que ha tenido por los años este concepto de cultura. Como ya se mencionó, la importancia para la investigación son las formas culturales que existen en la actualidad, eventos, tradiciones, costumbres que existen en la ahora, hayan o no sido transformados con el tiempo, ya que como objetivo primordial es verificar si estas formas existentes en

las tradiciones de la región, son parte de la identidad cultural y su imagen actual, además de la identidad industrial que ya poseen. Aunque más adelante se describirá los orígenes de algunos elementos de la cultura, definidos por la estructura que delimita las formas culturales del municipio, con el fin de ver el impacto de otros factores en la identidad cultural yumbena, diferente de la industria.

Las identidades o el ideal que identifica a una región se construyen desde la cultura, precisamente a partir de la apropiación, por parte de los actores sociales, de determinados repertorios culturales considerados simultáneamente como diferenciadores (hacia afuera) y definidores de la propia unidad y especificidad (hacia adentro). Es decir, la identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos, considerada bajo el ángulo de su función diferenciadora y contrastiva en relación con otros sujetos. Al ser definidas y construidas por factores que de algún modo son subjetivos y convertidos en objetivos tradicionales del repertorio cultural de una comunidad, las cuales comienzan como acontecimientos inadvertidos en sus orígenes, pero con la continuidad de su reconocimiento, dándole importancia, genera con el tiempo impacto, convirtiendo esos factores culturales en típicos, los cuales se arraigan en el nicho cultural y social de las costumbres de la comunidad, forjándolo para las futuras generaciones, quienes se responsabilizan de que esos elementos creados, se convierten en formas culturales bien definidas en las tradiciones de una región.

7.1.2. Mapa Conceptual



Gráfica 1. Mapa Conceptual

El mapa conceptual se realiza según la estructura teórica, dada por la investigación y búsqueda de los lineamientos culturales que definen al municipio de Yumbo. La base de esta estructura es la Identidad Cultural, siendo el centro del mapa; siendo esta la imagen que define a la región antes de iniciar este proyecto. A partir de esta comienza la respuesta de dicha imagen, donde la información histórica toma parte fundamental en el proceso de la determinación de esos rasgos identitarios culturales. Con esa plataforma histórica, damos paso a los dos ejes principales de la investigación; La imagen Dominante, la imagen que ya está fundada como la representación de la región, y las Formas Culturales, donde se hallaran nuevos elementos representativos que cambien o complementen la Identidad de la región.

Iniciando por la Imagen Dominante o actual, se denomina de esta forma por ser la más representativa de la región, según los antecedentes e información actual, de este se eje se desprende el componente de Zona Industrial e Historia de Yumbo, el primero se refiere a la definición actual de los que representa la industria para la región; y el segundo se refiere a la historia, los orígenes de cómo llegó la industria y la imagen de Capital Industrial del Valle. Estos componentes conllevan a un factor denominado empleo vs Industria, donde a partir del análisis de la historia y el concepto actual, se busca identificar si la imagen dominante verdaderamente representa a la región, a partir de un elemento importante para los habitantes como es el empleo en esa industria, es decir, que impacto ha tenido, no solo para el territorio sino para sus habitantes. Al resolver esta dualidad,

llegamos a los rasgos identitarios identificando si continúa esa imagen dominante, de mayor, igual o menor impacto, definiendo si hace parte de la Identidad Cultural.

El otro eje principal son las Formas Culturales, donde se alojan aquellos elementos representativos de la cultura, historia y tradiciones yumbenas, las cuales se estudian para agruparlas y definir las más importantes para los habitantes, a partir de los antecedentes históricos que las preceden. De este eje se desprenden los elementos que agrupan los diferentes tipos de formas culturales, para llegar a una identificación más pertinente; los conceptos son: Costumbres y Tradiciones y Simbolismo Objetivo, que contiene a su vez la Cultura Pública, conceptos definidos por la investigación para este proyecto, que serán explicados más adelante: Estos factores componen los elementos culturales del municipio, los cuales al estar identificados, se convierten en los rasgos culturales de las formas culturales, que siendo puestos a prueba junto con los rasgos culturales de la imagen dominante, dan como resultante la Identidad Cultural actual de la región, la cual permite ser conocida y representada, permitiendo darla a conocer a propios y visitantes, siendo esta la imagen identitaria que define al municipio de Yumbo.

7.2. Definición de los Rasgos Identitarios Culturales

Para definir los factores que hacen parte de la identidad cultural es necesario recordar que son aquellos elementos sociales, culturales, simbólicos, históricos e iconográficos que reflejan y contienen la identidad de la región. Dados por el análisis de cada elemento cultural e histórico, de manera colectiva, que permiten dar unos lineamientos y límites propios de yumbo que determinan su identidad.

Ya que al poseer elementos culturales, históricos y tradicionales son representativos e importantes que generan una apropiación para nuestra identidad; Gilberto Giménez en su libro *Identidad, cultura y política* lo define: “nuestra identidad solo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad”. Y cita también: “... la primera función de la identidad es marcar fronteras entre nosotros y los “otros”, y no se ve de que otra manera podríamos

diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos”.

Es por eso que la cultura y a su vez los rasgos identitarios culturales son el desarrollo de varias construcciones que se desarrollan por el tiempo y la sociedad, quienes las hacen propias y parte de ellos para generar lo que los hace únicos, teniendo como base sus tradiciones y hábitos comunes que se comparten como sociedad. Clifford Geertz afirma citando a Max Weber que “la cultura se presenta como una *telaraña de significados* que nosotros mismos hemos tejido a nuestro alrededor y dentro de la cual quedamos ineluctablemente atrapados. Pero son aquellos rasgos culturales que son compartidos y relativamente perdurables, que transgreden en el tiempo.

En este proyecto dentro de los rasgos identitarios culturales hay dos ejes principales que conforman la identidad Cultural yumbena estos son las Formas Culturales y La Imagen Dominante las cuales se hablara a continuación.

7.3. Formas Culturales

Llamado también por Clifford Geertz (2003) como “*pautas de significados*”, donde el restringe el concepto de cultura reduciéndolo al ámbito de los hechos simbólicos, la cual se forma de varias naturalezas y se reduce al hecho de elementos simbólicos y representativos que posee una comunidad. Mientras que para John B Thomson lo define como *formas culturales*, donde esos significados culturales se objetivan en forma de artefactos y comportamientos observables” (Giménez, 2009); siendo coherente su apreciación de objetivar los contenidos, ya que la palabra *forma* también se refiere al termino de *estructura o estructuración*, definida como la manera de distribuir y ordenar las partes de un conjunto, en este caso, en la organización de los elementos culturales del municipio de Yumbo, se determinó cada “forma” según su contenido. De esta manera se debe restringir la Cultura con *las Formas Culturales* ya que, como lo cita Max Weber, la cultura se presenta como una “*telaraña de significados*”, y es necesario identificar específicamente unos *Rasgos Culturales Identitarios*. Esto se logra definiendo parámetros que permitirán su análisis y lograr identificar cuáles son esos rasgos, determinados por las características mencionadas anteriormente por Clifford y Thomson.

La determinación de las formas culturales, de las cuales se describirán en las siguientes páginas, genera para este proyecto una gran importancia y relevancia,

que permite junto con la utilización de los métodos etnográficos y el proceso investigativo que aquí se presentan, un complemento para el desarrollo concienzudo y adecuado en la identificación de los lineamientos culturales de Yumbo.



Imagen 15. Grupo Camoruco de Yopal, participante del Encuentro Nacional de Danzas 2011.- Fotografía del IMCY

Por ende la importancia de describir esos rasgos culturales no solo se describen de forma detallada para conocer la historia y desarrollo de los mismos, sino que además permite saber la variedad cultural y costumbres que existen, que al conocerlas y compararlas versus los resultados de las encuestas se puede confrontar con las definiciones de las formas culturas, que lleva a proyectarlas más fácilmente a la hora de darlas a conocer, como en este caso, por medio de una intervención de un mural artístico, mostrando adecuadamente la historia cultural conjuntamente con el pensar de la comunidad. Con esto se puede establecer la importancia dentro de los parámetros que determinan la identidad cultural de una región. Esos pasos de los que hacen parte son: primero establecer cuáles son las formas culturales y su historia como se hará a continuación, seguido de la determinación de una estructura que permita una forma correcta de estudiar todos los rasgos, agrupándolos de manera idónea para su indagación, dado por el proceso teórico, como el que se presenta en este proyecto explicado en el mapa conceptual que se expone; además de la utilización de sistemas que permitan la comprobación e indagación de dichos elementos culturales, como lo es el método

etnográfico del cual se habló en páginas anteriores,. Y finalmente comprobando todo lo anterior de manera eficaz al hacerlo a través del método de entrevista y encuesta, que da resultados más exactos y verídicos de los objetivos de la identificación de los lineamientos culturales retroalimentándose con el previo conocimiento de la historia e importancia de las formas culturales como ya se dijo. Todos formando parte importante desde la determinación de los rasgos, hasta la comprobación de cada una de ellas por medio de la encuesta.

Los parámetros que hacen parte de la estructura teórica de los rasgos culturales son: Las Costumbres y Tradiciones, La Cultura Pública y el Simbolismo Objetivado, los cuales se explicaran a continuación.

Las Costumbres y Tradiciones son expresiones sociales y culturales que son frecuentes, que se limitan por el habito de ser eventos específicos que se desarrollan internamente y que generan la identificación de una región; así mismo lo expone el libro *Identidad cultural en América Latina* realizado por la Unesco, y lo sugiere como Identidad Colectiva, donde la definen por la estimación (importancia) social recíproca y por hábitos (costumbres) peculiares de la etnia correspondiente. Por ende se estudiaran en este campo las festividades y eventos y las actividades típicas y religiosas.

Imagen 16. Imagen del viacrucis, Celebración de Semana Santa, Festividad Religiosa típica en Yumbo - Foto del IMCY





Imagen 17. Participantes del Encuentro de Teatro en Yumbo 2010 - Fotografía tomada por el IMCY

El Simbolismo Objetivado representando los elementos pregnantes, únicos y con características particulares que poseen identidad y valor para la región y sus habitantes de manera individual y social. El simbolismo objetivado también definido por Bourdieu como estado objetivado, el cual posee propiedades determinadas por un capital cultural objetivado en apoyos materiales o visuales, como pinturas, libros o estatuas.

Esta forma cultural se define como simbolismo ya que sus elementos están dotados por una pregnancia y valor simbólico con que se representan las creencias, los objetos, los conceptos o los sucesos; que a su vez está relacionado con los repertorios socio - culturales que posee una comunidad, los cuales para ellos tienen un impacto simbólico en sus rasgos identitarios culturales. Convirtiéndose de Estado Objetivado de Bourdieu a Simbolismo Objetivado definido en este proyecto. Aquí encontramos elementos como los monumentos, la bandera, el escudo e himno del municipio, la arquitectura, las estructuras y los edificios, la flora y la fauna, igualmente se encuentra las marcas o logotipos, si los tiene, también los colores que se ven o representan al municipio y las formas que caracterizan a la región; además de la cultura pública.

La Cultura Pública hace parte el Simbolismo Objetivado, determinando su comportamiento y costumbres dentro de su nicho social como comunidad. Giménez señala que los rasgos culturales se objetivan en forma de artefactos o de comportamientos observables llamados por Thompson como las formas culturales, estos elementos objetivados se precisan por las experiencias comunes y compartidas, mediadas por las formas objetivas de la cultura, es decir con un propósito específico. Dentro de él se encuentran el arte, los ritos, los mitos, las leyendas, la literatura, la música, las danzas y la religión.



Imagen 18. Fauna y Flora del Corregimiento de Dapa en Yumbo
Fotografía tomada de la Guía Turística de Yumbo



A pesar de que en La Cultura Pública hay elementos como el arte, la literatura o los ritos, son elementos que se construyen como formas interiorizadas (Bourdieu, 1980), a través de experiencias e influencias, como el arte y la literatura, y los ritos por medio de la tradición oral, estos elementos empiezan a ser recurrentes y ampliamente compartidos, siendo experiencias de vida similares y compartidas (Strauss, 2001), convirtiendo estas manifestaciones culturales en representaciones sociales, donde esta Cultura Pública, es accesible para el observador externo e interno, o como lo cita Bourdieu (1980), las formas objetivadas y formas interiorizadas de la cultura, ambas formas son indisociables. Por una parte las experiencias comunes que conducen la formación de esquemas o representaciones sociales similares en los individuos son medidas por la “Cultura Pública”; y por otra parte la “Cultura Pública” resulta de la objetivación de esquemas y significados en un pasado más o menos recientes (Giménez, 2004), es decir se convierten con el paso del tiempo en elementos representativos, pregnantes y típicos de una sociedad, como sucede con los mitos y las leyendas.



Imagen 19. Iglesia Corregimiento de Mulalo
Fotografía tomada del IMCY

A continuación se definirán los elementos que establecen las formas culturales en este proyecto, realizando una breve descripción de los conceptos que en cada elemento cultural se encuentran. Mencionando las que con el paso del tiempo han perdurado para los yumbeños, siendo eventos, monumentos y lugares que existen en la actualidad, definidos por el estudio etnográfico hecho, encontrado en fotografías, registros filmicos dados por la casa cultural del municipio y por la observación y visita de los diferentes lugares definidos por el ente cultural, y que aparecen en la guía turística del municipio.

Se tuvieron en cuenta factores como el reconocimiento turístico y tradicional, su importancia dentro del municipio como el hacer parte de festividades o participar de actividades religiosas, además de hacer parte de la historia del municipio y continuar vigente con el pasar de los años.

7.3.1. Costumbre y Tradiciones

Son expresiones sociales y culturales que son frecuentes, que se limitan por la habito de eventos específicos que se desarrollan internamente y que generan la identificación de una región; así mismo lo expone el libro Identidad cultural en América Latina realizado por la Unesco, y lo sugiere como Identidad Colectiva, que suele definirse por la estimación social recíproca y por hábitos peculiares de la etnia correspondiente.

7.3.1.1 Eventos y Festividades

Suceso importante y programado, de índole social o artística, en la que se realiza una celebración, fiesta o solemnidad con que se celebra algo. (RAE)

Celebración Cumpleaños del Municipio

El 14 de Mayo de 1944 fue día cívico en Yumbo. Así lo decreto el Concejo Municipal para por primera vez conmemorar el aniversario del Municipio, en razón de suponer tener el 14 de Mayo como fecha en que Yumbo fue erigido como Municipio.

Este día del año 1944, sesión especial del Concejo con el objeto de “conmemorar solemnemente el 80 aniversario de la erección definitiva de Yumbo en Distrito”

En esta sesión hubo proposición laudatoria, y discursos alusivos. Participaron de ella el Concejo Municipio de la de La época, el Alcalde Tomas Urresta, y otros funcionarios municipales, además del Gerente de Cementos del Valle y el cura párroco Fray Alonso de Concepción Peña.



Imagen 20. Celebración 147 años del Municipio
Fotografía tomadad por el IMCY

En la proposición el Concejo rindió “emocionado tributo de admiración y gratitud a la memoria de los ciudadanos que en épocas pasadas sacrificaron sus vidas defendiendo los postulados de justicia y libertad”. Esta sesión fue uno de los actos acordados en programa a celebrar el dicho aniversario, en cumplimiento del Acuerdo que el Concejo expidió por iniciativa del Alcalde Urresta Santamaría, quien presentó el proyecto. Dicho Acuerdo que expidió el Concejo, es el Nro. 5 de 1944, Abril 2. “Por el cual declara día de fiesta cívica de Yumbo el 14 de Mayo del corriente año, con motivo de cumplir 80 años de su erección en Distrito”

Los últimos 5 años se ha festejado el evento con una seria actividades y protocolos para celebración de esta fecha.

Estos actos inician con un acto protocolario en el parque principal donde se colocan y ondean las banderas de Colombia, Valle del Cauca y la de Yumbo, realizado por el Alcalde Municipal; seguidamente, se procede a cantar el feliz cumpleaños, alrededor de un pastel gigante, el cual se reparte a la comunidad al finalizar este acto; después se realiza una representación de la liberación de esclavos yumbeños, batalla realizada en el rio Mulalo a las afueras del Municipio donde se representan a Sebastián de Belalcázar y Miguel López Muñoz, y terminando este acto en la Iglesia de dicho corregimiento.

Encuentro Nacional de Danzas Folclóricas “Nuestra Tierra”



Imagen 21. Actividad Infantil en Encuentro de Danzas
Fotografía tomada pot el IMCY

En el mes de junio se celebra el Encuentro Nacional de Danza Folclórica, donde participa lo más granado de las expresiones del folclor tradicional de cada una de las regiones de Colombia.



Imagen 22. Pareja participando en Encuentro de Danzas
Fotografía tomada por el IMCY

Este encuentro que ha realizado hasta el momento edición XV, reúne en nuestro Municipio los mejores expositores del folklor y la proyección coreográfica de nuestro país y de países hermanos, creando de esta manera un encuentro con la diversidad y la multiculturalidad, fortaleciendo los lazos de fraternidad entre el pueblo Yumbeño y nuestros visitantes,

Proyectando a Yumbo como un territorio y escenario de expresión de cultura, de arte y recreación, generando espacio para compartir y fortalecer el tejido social.

Encuentra Nacional de Intérpretes de Música Colombiana “Julio Cesar Ayala”

El Encuentro nacional de Intérpretes de Música Colombiana es una excelente carta de presentación de Yumbo, no solo como capital industrial del Valle del Cauca, sino como abanderado de la cultura y de la exaltación del patrimonio musical de la nación.



Imagen 22. Andrea Echeverri (Integrante Aterciopelados en el Encuentro de Música - Fotografía tomada por el IMCY

A través de sus distintas versiones, el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo IMCY, ha exaltado los valores musicales de la identidad cultural Yumbeña y ha acogido a destacadas agrupaciones nacionales e internacionales.

El Encuentro nacional de Intérpretes de Música Colombiana, fue creado en 1994 con el objetivo de promocionar a Yumbo, no solo como capital industrial, sino como un abanderado de los procesos culturales en el Valle del Cauca y en Colombia. En el año 1998 fue reconocido por el Programa Nacional de Concentración del Ministerio de Cultura quedando inscrito en el calendario de los grandes eventos musicales del país. Fue institucionalizado por el Honorable Concejo Municipal, mediante el Acuerdo 015 del 29 de septiembre de 1999 y se le confirió el nombre de Julio Cesar García Ayala, músico de gran trayectoria ex director de la Banda Municipal de Yumbo y se le asignaron los recursos provenientes de la nación para su financiación.

El Encuentro de Intérpretes de Música cumple veinte años y en este historial de excelente música para Yumbo, la región y la nación, nos hemos dado el lujo de contar con lo más granado de los exponentes de nuestra música. En los Conciertos de Gala, los conciertos dirigidos a los adultos mayores y a los niños de nuestro Municipio en donde

el parque Belalcázar ha servido de escenario principal y en los demás espacios en donde se ha desarrollado el encuentro, han desfilado artistas de gran trayectoria y de todas las regiones de nuestro país, algunos de ellos ganadores del Grammy Latino y otros nominados a este galardón, además de las expresiones más autóctonas de la música colombiana con agrupaciones artísticas de las etnias indígenas y afro de Colombia, también se han dado cita en nuestro Municipio, agrupaciones artísticas de gran renombre internacional que han alternado con las distintas agrupaciones artísticas yumbenas.



Imagen 23. Grupo Llanero participando en el Encuentro de Música - Foto tomada por el IMCY

En el 2013, se realizó su edición número décimo novena, en la que se afianza la identidad cultural, el talento y la creatividad de los grupos musicales de la ciudad, la región y la nación, activando el turismo de la comarca y posicionando una imagen positiva de nuestros exponentes de la música hacia el mundo. (Gerente Carlos Alberto Gómez García y oficina de prensa IMCY).

Encuentro Nacional de Teatro

Es un espacio de expresión y creación artística, donde destacan los talentos locales y regionales entorno a las artes escénicas. Siendo esta, otra forma de promocionar y difundir el turismo y la cultura de la Capital Industrial de Colombia.



Imagen 24. Grupo teatral yumbeno participando en Encuentro de Teatro - Fotografía tomada por el IMCY



Desde el 2008, en el mes de septiembre, se ha realiza cada 2 años este Encuentro Nacional, el cual se convirtió en un espacio de expresiones escénicas con talleres, simposios, foros, jornadas y convenciones sobre las artes teatrales y sus diferentes disciplinas. En las tres versiones que se han realizado hasta el 2012 han participados grupos y artistas locales y nacionales; realizando presentaciones organizadas por el Instituto de Cultura en el auditorio que cuentan en sus instalaciones, dotadas de equipos, espacio e iluminación para mostrar las actividades teatrales.

Sin embargo estas instalaciones solo pueden albergar a tan solo un promedio de 300 personas, entonces este evento es llevado a los colegios para que los niños, tengan la oportunidad de conocer estas actividades teatrales.



Encuentro de Poetas

Iniciado en el año 2007 en el mes de octubre, cada 2 años se celebra este poético encuentro cumpliendo ya en el 2011 su tercera versión. Donde se contó con la participación de Joe Broderick, radicado en Colombia y autor de “El Cura Guerrillero”, también Julio Cesar Londoño, Javier Tafur, Harold Kremmer entre otros escritores de trayectoria nacional; asimismo se realizaron conversatorios, charlas y documentales.



Imagen 25. Joe Broederick invitado especial en Encuentro de Poeta - Fotografía tomada por el IMCY



Este evento ha sido organizado en las tres versiones por el Instituto de Cultura de Yumbo, y en su última versión conto con la coordinación del poeta yumbeno Luis Carlos Bermeo y la Fundación Torre de Marfil.

Bermeo en una entrevista hecha al portal de opinión todosesupo de Yumbo dijo: “hemos abierto un espacio y lo hemos cultivado. El reto ahora, al que debemos medirnos, es ofrecer unos frutos masivos, alimentar a la mayor cantidad de personas, porque la poesía es una herencia de todos y a todos debe llegar”.

Este evento se realiza en el auditorio del Instituto de Cultura, junto con las instalaciones de la Biblioteca Pública, en donde se realizaron charlas y conversatorios enseñando a los asistentes como es la estructura, la creación y construcción de los poemas.

Feria de Yumbo

La alborada marca el inicio de esta celebración seguida del desfile de papayera y posteriormente la cabalgata, donde propios y extraños pueden disfrutar de esta actividad.



Bailarines invitados en tarime de feria
Fotografía tomada por el CAMY



Imagen 27. Artesanías instaladas en época de Feria
Fotografía tomada por el CAMY

También se realiza la Feria Artesanal e Industrial. En las noches las casetas con orquestas, el reinado señorita Yumbo, festival de deportes externos y encuentro de bandas.

Los niños también encuentran un espacio con la “Chiquiferia”, donde pueden disfrutar y aprender de una forma lúdica.



Cabalgata en recorrido tradicional por las calles de Yumbo
Fotografía tomada por el CAMY



Imagen 26. Policía montada en Cabalgata de la Feria de Yumbo

Festival del Chivo Cachón



Imagen 28. Chivo participando en competencia de disfraces del Festival - Fotografía tomada del IMCY

Las fiestas del “Chivo Cachón” en Mulalo del 30 de octubre al 1 de noviembre con el fin de rescatar la gastronomía del municipio.

Desde hace 20 años las fiestas tienen un tema central, giran en torno al chivo, un animal doméstico del que derivan del sustento del corregimiento de Mulalo, lugar histórico de Yumbo, porque su carne se ha convertido en eje para el turismo de la región. Dicen sus habitantes que hay recetas ancestrales y que ellos las mantienen intactas para lograr platos únicos en Colombia.



Lugar para tomar fot de recuerdo de la festividad
Fotografía tomadad por Periodismo CEAM

Este corregimiento turístico y gastronómico cada fin de semana se llena de propios y turistas que buscan una alternativa para salir de la rutina. Su parque central se convierte en una gran pasarela, con entusiastas creativos que se disfrazan de chivos o visten a sus mascotas haciendo que personifiquen a reconocidas personalidades.



Chivo participando en concurso del chivo Cachon
Fotografía tomada por el IMCY

Un jurado es el encargado de elegir el mejor disfraz, el **chivo** con los cuernos más grandes o el mejor vestido, involucrando a todos los visitantes de este corregimiento.

Este es un festival que recibe en promedio a 8 mil personas que se acercan a conocer los chivos y a sonreír con los temas que son noticia y se ajustan a los personajes o sucesos del momento, así como a disfrutar los platillos que realizan las mujeres del sector.

Celebración Día de la Independencia Colombia

La ley 60 del 8 de Mayo de 1873, declaro día de Fiesta Nacional el 20 de Julio de cada año, como aniversario de la proclamación de la Independencia Patria.



Imagen 29. Policía Municipal encabezando caravana del día de Independencia - Fotografía tomada por IMDERTY 2014

En Yumbo, actualmente se realiza esta celebración organizada por la Alcaldía Municipal y la Institución de Cultura, efectuando un desfile por las calles de Yumbo, en el que participan los miembros de las instituciones arriba mencionadas, el batallón militar que se encuentra detrás del cementerio del municipio, la policía montada y motorizada, y las diferentes bandas de guerra de colegios y la casa cultural.



Participantes en el desfile del día de independencia
Fotografía tomada por IMDERTY 2014



Seguidamente se realiza en el Parque Bolívar una ofrenda de flores al monumento de Simón Bolívar que se encuentra en este; después para culminar la celebración, se realizan presentaciones artísticas para el disfrute de los habitantes.

Aunque anteriormente se festejaba diferente, como fue el caso de la celebración del día 20 de Julio de 1960 donde se cumplieron 50 años de haberse proclamado la Independencia Patria. Este sesquicentenario fue celebrado en Yumbo haciendo vísperas la noche 19, con retretas, castillo y festival; al día siguiente se hacían los actos de Misa Campal en la mañana, en el andén de la Casa Cural en parque principal.

Luego en el Parque Bolívar se realizó desfile con diferentes representantes culturales, públicas y deportivas. En este parque los guías de La Brigada de Yumbo, rindieron homenaje al Libertador, ante su Busto y la Banda del Municipio ejecuto el Himno Nacional (En la actualidad este acto se realiza, pero es el Alcalde y un funcionario público quien realiza estos honores); después las Escuelas cantaron los Himnos a Bolívar y a los Héroes, y por ultimo un escolar recito composición poética descriptiva de la Batalla del Bárbula.



Imagen 30. Arreglo Floral en Honor al Libertador Simón Bolívar Monumento ubicado en el parque que lleva el mismo nombre - Fotografía tomada por el IMDERTY 2014

Prosiguió el desfile, hasta el nuevo Parque en el Barrio Uribe, donde primero, la banda dejo oír un toque marcial. Y después el Personero Municipal de la época, entrego al

pueblo y particularmente al Barrio Uribe, la obra del nuevo Parque con el Busto del doctor Alfonso López Pumarejo, de quien se presentó como genitor y propulsor de las modalidades políticas que dan nuevo basamento a la democracia colombiana, y se dijo también quien fue conductor político y benefactor de la clase trabajadora.



Comparsa de la batalla en Yumbo por la Independencia, en las calles del corregimiento de Mulalo - Foto por el IMCY

Volvió el desfile al punto de partida sin variar su orden. En el Parque Belalcázar ante la Estatua de Fray Alfonso de la Concepción Peña, se rindió homenaje a este benefactor de Yumbo, donde se enaltecieron las virtudes del sacerdote, sobre todo su civismo sinónimo de patriotismo.

Concluyendo el acto en el Concejo Municipal repitiéndose el Himno Nacional.

En horas de la tarde siguieron en Mulalo, el personal oficial y varios particulares realizan actos según lo programado allá. Por la noche termino en Yumbo la celebración del Sesquicentenario con retretas, castillo y vaca loca.



Como se ha observado, lo celebrado en épocas pasadas y en lo que ocurre en actualidad, la celebración de este día sigue siendo grata la celebración cambiando algunos actos por la realización de presentaciones artísticas.

Aunque se sigue celebrando en los mismos lugares de hace años, pero en el Parque Uribe se festeja también el día del cumpleaños del Barrio, y en Mulalo continua realizando la representación de la Independencia Yumbeña, e igualmente se hace frente a la iglesia de Mulalo presentaciones de artistas, esto con el ánimo no solo de celebrar esta fecha memorable, sino en promover en este lugar que el turismo continúe su auge y los visitantes tengan un motivo en regresar cada año, según dice Marlium Jamir Coordinador Cultural del Instituto de Cultural Administración 2008 - 2011.

Este es un ejemplo de porque la importancia de la recopilación de las formas culturales, tomadas según libros de historia y los registros de actividades realizadas de las administraciones municipales, ya que se observa como cada cambio administrativo, realiza las actividades según la tradición, pero también su criterio, el cual entra en

la realización del evento, y como se desarrolle cada vez que se realice.

Esta es una de las razones del porque se hace esta indagación y descripción de los eventos, pero al final es la población quien define cuales formas culturales son las más importantes y ha impregnado en el municipio, por años, a pesar de sus cambios o modificaciones.

Semana de la Discapacidad



Desfile por las calles de Yumbo en la celebración de la Semana de la Discapacidad - Foto tomada por el IMCY

Se institucionalizo por decreto 021 del concejo municipal de Yumbo; iniciada el 9 de marzo de 2009, semana en la que se pretende demostrar las habilidades artísticas, culturas y deportivas de la población en situación de discapacidad.



Imagen 31. Grupo de música de discapacidad
Fotografía tomada por el IMCY



Presentacion musical con niños de discapacidad
Fotografía tomada por el IMCY

Semana de la Municipalidad



Imagen 32. Parque Belalcázar en sus inicios
Fotografía tomada de registro fotografico IMCY

El 14 de mayo de 1944 fue decretado día festivo según el Acuerdo Nro. 5 de 1944 por el Concejo Municipal. En la mañana de ese día sesiono el Concejo Municipal con sus cinco miembros y la asistencia de Fray Alfonso de la Concepción Peña,

entre otros.

En dicha sesión el Concejo rindió “emocionado tributo de admiración y gratitud a la memoria de los ciudadanos que en época pasada sacrificaron sus vidas defendiendo los postulados de justicia y libertad”, conmemorando el aniversario de la erección definitiva de Yumbo en Distrito. Por ende procuraron fomentar el espíritu cívico de los habitantes, haciendo celebración de Fiesta del Municipio.



Desfile de celebracion semana de la Municipalidad
Fotografía tomada por el IMDERTY 2014



Imagen 33. Cierre celebración de la Municipalidad
Fotografía tomada por el IMDERTY 2014

Esta conmemoración se convirtió en una celebración de toda la semana donde estuviera el día 14 de mayo, cambio dado por el Gerente del Instituto de Cultura Lyda Serna Fajardo en el año 2009, para rendir un mayor homenaje a esta fecha. Esta festividad inicia con el evento ya mencionado del *Cumpleaños de Yumbo*, y continúa toda la semana con eventos culturales, exposiciones y la ubicación de los artesanos del municipio en el Parque Principal.

7.3.1.2. Actividades Típicas y Religiosas

Fiestas Patronales

Por los años de 1681, ya era venerado en Yumbo esta milagrosa imagen del Señor del Buen Consuelo. Esta fue considerada en la época como una “bellísima imagen”, además tenía la admiración no solo los habitantes, sino incluso por aquellos que desde lejanos lugares venían en nutridas romerías a solicitar sus dones divinos.

Las fiestas se iniciaban con una novena y eran amenizadas por la Banda Municipal de Yumbo y la banda del Puerto de Buenaventura patrocinada por la señora María Cruz Rengifo, cuyo recibimiento se convertía en un gran espectáculo. La noche de la novena era adornada con castillos y juegos artificiales y durante el día llegaban provenientes de Cali las famosas líneas de buses repletas de pasajeros que en aquella época venían a participar de sus diferentes fiestas y desfiles.

Hoy la celebración no posee tan anecdóticos momentos, pero se conserva la tradición en homenaje al patrono, siendo la iglesia y el instituto de cultura, la principal promotora de este acto, con la realización de desfile y misas religiosas en conmemoración de la festividad.

Festival del retorno y la amistad



Celebración con torta en inicio de evento por Municipalidad - Fotografía tomada por el IMCY



Imagen 36. Fray Alfonso acompañado de la Banda Municipal - Registro fotográfico IMCY



Celebración del Festival del retorno y la amistad con los Caballitos de la Tupia - Foto tomada del Libro Historia



Imagen 35. Desfile celebración de las Fiestas patronales Fotografía tomada de Libro de Historia de Yumbo

Debido a esto se mencionaban muchos milagros realizados por la efigie y además de la fe que se acrecentó en la época al Cristo del Señor del Buen Consuelo se celebrara cada año una fiesta caracterizada por el homenaje a este patrono.

El día sábado al final de la novena se llevaba a cabo las retretas (toque militar) en el kiosco del parque y se daba comienzo al espectáculo de los fuegos artificiales. El domingo día de la terminación de las fiestas, se realizaba la procesión del Señor del Buen Consuelo al final de la cual se podía disfrutar de la abundante oferta de platos típicos en un toldo situado al frente de la iglesia, preparados por las mejores cocineras del municipio.

Posteriormente se continuaba con las grandes fiestas de playa, auspiciadas por el comité que se nombraba para estos actos públicos.

En las horas de la noche encendían fogatas alrededor de las cuales bailaban flamenco y cantaban sus aires acompañados de castañuelas y panderetas.

Aunque no es clara la relación de este evento con la celebración al Señor del Buen Consuelo, dentro de las Fiestas Patronales, durante los años que van de 1940 a 1957, la junta de festejos públicos quien se encargaba de organizar las festividades religiosas, llevaba a cabo uno de los mayores espectáculos dentro del *Festival del retorno y la amistad*, llamado *Los Caballitos de La Tupia*, que venían directamente desde Candelaria de una vereda llamada La Tupia.



Imagen 34. Despliegue de banderas celebración Municipalidad - Fotografía tomada por IMDERTY 2014



Imagen 37. Disfraz típico de Caballitos de la Tupia
Foto tomada del Libro Costumbres y Tradiciones de Yumbo

Los Caballitos de La Tupia era una clase de comparsa formada por unos personajes que vistiendo sombrero blanco, pañuelo rabo de gallo de color rojo, camisa blanca, pantalón blanco, alpargatas y portando una mochila.

Lastimosamente este acto realizado en la celebración de las Fiestas Patronales se perdió con el paso de los años, ya que para la década de los años 60 al 70, las fiestas patronales empezaron a sobresalir por su solemnidad (separadas de las fiestas públicas), haciéndolas más religiosas.

Celebración Semana Santa

Como tradición cultural en Colombia la celebración de la Semana Mayor ha sido importante y tradicional en sus habitantes, esta sin lugar a dudas también ha sido parte de la costumbre yumbeña, en especial por destacarse por ser una región religiosa desde la

llegada de los españoles a la región y la construcción de la Iglesia del Señor del Buen Consuelo.



Procesión con la Imagen del Señor del Buen Consuelo por las calles de Yumbo - Fotografía tomada del IMCY

En el año de 1936 el párroco de Yumbo Fray Alfonso de la Concepción Peña, famoso por sus misas, fe, y su religiosidad, celebraba la semana santa muy solemnemente, pues los fieles acudían a los actos litúrgicos con verdadera devoción y desde la ciudad de Cali y poblaciones vecinas venían muchos peregrinos a escuchar los sermones del Padre Peña, quien se distinguió como uno de los primeros oradores sagrados de la época.



Imagen de la representación de Jesús en su viacrucis
Fotografía tomada por el IMCY

Las procesiones se iniciaban desde el lunes santo. Todos los asistentes debían portar para el alumbrado un cirio o farol. Como la energía eléctrica llegó a Yumbo el 31 de diciembre de 1935, era obligatorio por donde pasaba la procesión sacar los bombillos a las puertas y ventanas para colaborar con la iluminación de la procesión. Costumbre que se perdió con el paso del tiempo. Otra tradición que se perdió fue la traída de la palma de mayo para la elaboración del Calvario (escultura representando la crucifixión de Jesús). En aquella época se hacía después de los oficios religiosos de jueves Santo.



Imagen 38. Comparsas tradicionales en Semana Santa
Fotografía tomada por el IMCY 2011

Aunque se perdieron elementos importantes en la celebración de la Semana Santa, se generaron otros elementos; las procesiones siguen siendo la primordial actividad del evento, pero ha cambiado las actividades en la celebración santa, como incorporar

estaciones de oraciones en diferentes puntos de la zona urbana, donde el cura párroco se dirige con una comisión en la que realizan oraciones y rezos en cada punto, junto con los habitantes que quieran unirse. Otra actividad que se practica es el muy conocido viacrucis donde el yumbeño Iván Yesid Márquez ha interpretado a Jesús, desde varios años atrás, en la recopilación de la historia de Jesucristo hasta su muerte, acto importante durante la celebración de la semana santa.



Imagen 39. Yesid Márquez hace de Jesús en peregrinación Semana Santa - Tomada de emagister.com

Ruta Turística al Patrimonio Cultural y Religioso de Yumbo

Ruta creada desde el año 2000, la cual se hace a mitad de año, con el fin de promover el turismo y el reconocimiento de los elementos culturales y religiosos del municipio; el objetivo es realizar una caravana, de ciclistas, motos, y busetas donde se llevan las personas, gratuitamente para promover el turísticos en lugares representativos e históricos como San Marcos, Manga Vieja, y Mulalo, donde se realizan actividades culturales y religiosas, en las iglesias de cada uno de los lugares visitados.



Imagen 40. Caravana haciendo la ruta religiosa y cultural
Fotografía tomada por el IMCY

Mostrando los monumentos representativos que hacen parte de la historia yumbena. Este evento organizado por la parroquia, por la policía de turismo y el Instituto de cultura de Yumbo, convoca a niños, jóvenes y adultos en un recorrido por capillas y sitios turísticos, culminando en la plazoleta del Parque Belalcázar con un evento artístico, menciona Lyda Serna Gerente del IMCY hasta 2011.



Lugar visitado durante la ruta - Foto por el IMCY



Este evento se realizó por última vez hasta el año 2012, con la nueva administración, pero los últimos años no se ha realizado; revisando registros en los diferentes medios del instituto, y averiguaciones en la oficina de turismo, ha sido difícil su realización por motivos administrativos desconocidos.

Exposición Religiosa “Tradición Memoria y Fe”



Muestra artística de cuadros - Foto por el IMCY

Esta exposición que reúne a artesanos autóctonos e invitados, donde se muestra el talento, a través de expresiones religiosas que hacen parte de la historia de la región. Se realiza días antes de la celebración de la Semana Santa en el municipio, organizada por el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo IMCY, hasta la fecha se encuentra en su quinta versión, la actividad se lleva a cabo en el Salón de Exposiciones de la entidad, gracias a la gran labor que viene desarrollando la gestora y promotora de dicha muestra, Amaris Llorente, creadora de esta actividad desde hace 9 años.



Imagen 41. Muestras artísticas en la Exposición artística en el marco de la ruta religiosa y cultural - Fotos por IMCY

En cada versión la exposición tiene una temática diferente, realizando muestras en técnicas como telas, madera, tallado, pedrería, pintura, con temas como la crucifixión de Jesús, nacimiento del niño Dios, representaciones de los santos e iglesias de la región, entre otros temas.



Muestra artística de portaretrato - Foto por el IMCY



Muestra artística de portaretrato - Foto por el IMCY

Además se promueven peregrinaciones religiosa por las Capillas Coloniales veredales del municipio, muchas de ellas construidas luego del período de la conquista tras la llegada de los curas doctrineros en su propósito de implantar en nuestro territorio la fe cristiana, entre ellas las Capillas aldeanas del Señor de la Buena Esperanza en Puerto Isaac, la de la mártir Santa Inés en el corregimiento de su mismo nombre, y la de San Antonio de Padua en Mulaló.



De la misma ruta hace parte la parroquia del Señor del Buen Consuelo, ubicada en el parque principal de Yumbo en el barrio Belalcázar, postulada hoy para convertirse en Santuario Diocesano Nacional, por la antigüedad de su edificación y la historia de las imágenes que allí se preservan como el Santo Peregrino y donde en más de 300 años de su advocación, la imagen de Policromía del Señor del Buen Consuelo

de quien se dice te recibe ofreciéndote su última mirada de consuelo con sus ojos abiertos, ganándose así el título de “El Patrono de Yumbo”.

Al mismo tiempo se realiza una muestra de la gastronomía tradicional con el Cuaresmero de Semana Santa, un producto que muestra la conservación de las costumbres de la localidad muy ligadas a su pasado aborígen y alimento principal desde el miércoles de ceniza hasta el domingo de resurrección.

7.3.2. Simbolismo Objetivado

Elementos pregnantes, únicos y con características particulares que poseen identidad y valor para la región y sus habitantes de manera individual y social. Elementos de tipo arquitectónicos e icónicos, con una fuerte representación física y tangible generalmente, que simboliza dentro de la comunidad, una imagen o representación tradicional, cultural o historia, haciendo parte de su cultura.

7.3.2.1. Monumentos

Piedra del Indio



Piedra del Indio, parte frontal
Fotografía tomada por Edward Ramirez

Esta esculpida presentando en su parte alta, un águila bicéfala, que encima tiene una corona gigantesca extendida del tal manera que sirve de “techo” al grabado y sin hacer contacto con el ave descrita. El águila tiene a sus alas extendidas y en sus extremos dos granadas, tal como figuraba en el escudo de armas de Carlos V, rey de España, en la primera mitad del siglo XVI. Debajo del águila y bajo el dominio de esta, hay un indio “Carón”, con lengua afuera, descripción pictórica que hacían los aborígenes de su señor o su cacique. Estudios realizados por historiadores entre ellos yumbeños, la posición del águila con respecto al indígena, en el grabado, representa el dominio español sobre los primitivos habitantes.

Análisis de la piedra determinan su existencia desde el siglo XVI, a lo cual se agrega otra evidencia, esto es la leyenda de la parte posterior; “ACABOC AÑO DOMINE MDXXXVI”, donde el término “ACABOC”, interpretado como “ACABOSE” ya que donde está escrita la palabra llega hasta el extremo de la piedra y evidentemente no había espacio para colocar la letra “E” para completar en su idioma la palabra “ACABOCE”.

Este vestigio, pudo formar parte del adoratorio que tenían los aborígenes en la cima del Portachuelo, al sur de Yumbo. Posteriormente apareció en el antiguo cementerio Católico, que se encontraba en el barrio Uribe Uribe, no es clara el cómo y porqué de la aparición de la piedra en este lugar.

En el año de 1945, dirigido por el cura Párroco de Yumbo, Fray Alonso de la Concepción Peña

y el profesor Pedro Sánchez Tello, se trasladó en medio de una gran minga al Cementerio Actual traslado igualmente a el barrio llamado actualmente Fray Peña; ubicándola en la Capilla del Campos Santo y le sirve de peana (base) al Señor Crucificado.



Piedra del Indio, parte lateral
Fotografía tomada por Edward Ramirez

Monumento a la Industria

El monumento a la Industria símbolo representativo de la imagen conocida de la región como Capital Industrial del Valle del Cauca, ubicada en la glorieta de la zona distinguida como Cencar a las afueras del municipio, lugar donde inicio la acogida de las empresas que llegaron hace varias años.

EstaseconectaalaautopistaCali-Yumbo, Palmira-Aeropuerto, y a la vía Panamericana que pasa por la zona urbana de Yumbo y lleva a la zona norte del País.

El monumento a la Industria fue construido en 1985 en la administración del Alcalde de aquel entonces Jairo Romero, quien decide realizar este monumento al ver como prosperaba la región, que se

fortalecía como eje central para la ubicación de las empresas y la industria del País, y se hacía famosa por esto.



Monumento a la INdustria
Fotografía tomada por el CAMY

La iniciativa es un tanto desconocida, se sabe que el alcalde realizo una convocatoria de propuestas para el diseño del monumento, escogiendo una de ellas, a quien se le otorga la responsabilidad de ejecución de su construcción. El diseño fue escogido, según se conoce, porque quien lo diseño quiso expresar con el símbolo de las manos abiertas a la Mano de obra trabajadora que se encontraba en la región, y los Piñones a la industria y las fábricas.



Imagen 42. Glorieta de Cencar en el centro Monumento a la Industria - Fotografía tomada por el CAMY

Estatua Fray Alfonso Peña



Estatua de Fray Peña, y a su espalda la Iglesia Belalcázar, la cual dirigió durante su estadía en Yumbo - Foto CAMY

La estatua de Fray Alfonso de la Concepción Peña está ubicada en el ángulo nor-este del Parque Belalcázar frente al Templo Parroquial. Este franciscano del Convento San Joaquín de Cali, nacido en Cartago - Valle, fue Párroco de Yumbo desde el año 1935 al 1946 y después el año 50 hasta mediados del año 1951 esto por motivo de salud.



Imagen 44. Fray Peña joven



Imagen 43. Cura Fray Alfonso Peña en peregrinación religiosa en Yumbo

Ella perpetúa la memoria del Fraile cuyos trabajos por Yumbo en lo espiritual y material dejaron imborrable recuerdo. Es testimonio del agradecimiento de la gente yumbeña que presencio sus entusiasmos por la prosperidad de este lugar, quien celebraba con esplendor las festividades de la Iglesia, en particular la de Nuestro Señor del Buen Consuelo.



Fray Peña propulso obras que perduraron en el recuerdo. Sus principales fueron: El actual Templo Parroquial, para el que quiso la mejor ornamentación y por ello el altar, el pulpito y el comulgatorio, los puso en mármol, además de un Órgano, el mejor en su tiempo, el cual no llegó por causa de que el barco en el que venía lo atacaron los enemigos alemanes, pero Fray Peña adquirió en Bogotá un Órgano inferior, que bendijo con muchos padrinos el 3 de Junio de 1951. Otra obra que realizó fue la carretera de Yumbo a la Cumbre, cuya construcción llevó a cabo con el esfuerzo de los vecinos trabajando en mingas y con la ayuda del Gobierno.



Imagen 45. Carretera Yumbo-Cumbre realizada con ayuda de Fray Peña

También promovió y participó en la construcción del Parque Belalcázar y el Teatro del mismo nombre. Auspicio la Planta Hidrográfica que hubo. Hizo la Casa Cural de dos plantas en la iglesia Belalcázar, que fue demolida para dar lugar a la Casa de la Juventud. Inicio y llevó adelante el Hospital San Diego, hoy hospital La Buena Esperanza de Yumbo. Fue activo en promocionar la

pavimentación de la antigua carretera Yumbo - Cali. Pavimentación que se inició por el año 1948. (Mendoza, 1983). Preocupado con el desempleo de los jóvenes yumbeños, Fray Peña intercedió para que la planta de Cementos del Valle fuera establecida en territorio yumbeño. Cuenta la tradición que impuso la condición de que los primeros operarios de esa empresa fuera gente de Yumbo. Y también se inquietó por la sabiduría de sus feligreses montando un dispensario médico en la Casa Cural, lo que sería la génesis del hospital San Diego hoy La Buena Esperanza. En suma, su dinámica dio empuje al progreso de Yumbo,

pues no le era impedimento el estar en la ejecución de una obra y otra. Además de que el Gobierno Nacional en la persona del ministro Fernando Londoño y Londoño el 31 de mayo de 1946, le confiere la Cruz de Boyacá, máxima distinción que entrega la República de Colombia, por su preocupación no solo por los yumbeños sino por donde quiera que paso, no cayeran en la espiral violenta de la época.



Una de las obras realizadas por el Cura Fray Peña, la edificación estaba conformada así: el ala izquierda Teatro Belalcázar, el ala central Casa Cural, y ala derecha el Templo Parroquial.

Dejo el cuidado de esta Parroquia por quebrantos de salud. Murió en Cali el 4 de Diciembre de 1952, y había nacido en Cartago el 21 de mayo de 1880. Intensa fue la pena de las gentes de Yumbo por la muerte del Padre Peña, como sincero era el afecto que le tenían. Lo que motivo en hacer el póstumo homenaje con la Estatua, por iniciativa del señor Ricardo Ferrerosa, quien abrió una suscripción dando el primer aporte de doscientos pesos. Iniciativa que se acogió con entusiasmo y su ejecución se encomendó a una Junta, creada por varios reconocidos habitantes de la época.

La Estatua fue fundida en bronce, por los Talleres de Constantino Carvajal en Medellín. Se colocó en pedestal el 4 de Diciembre de 1953 al cumplirse el año del fallecimiento, y dos días después fue inauguración. El acto dio lugar no solamente a sentir la satisfacción del deber cumplido, sino también a reavivar la pena que causó el deceso de Fray Peña.

Imagen del Señor del Buen Consuelo

Más de 350 años lleva la advocación “Señor del Buen Consuelo”, mediante la cual Yumbo venera al hijo de Dios Crucificado y lo titula Patrono. La efigie permanece en el camarín del altar mayor del Tembló Parroquial.



Imagen del Señor del Buen Consuelo, en celebración de las Fiestas Patronales en los años 30. Foto tomada del Libro de historia de Yumbo

La imagen del Señor del Buen Consuelo vino de Quito, a lomo de caballerías por yumbeños, el viaje se realizaría conforme a lo normal de la época. Sin que se sepa el año en que sucedió, porque no se conservó información escrita y el recuerdo de las gentes se borró al correr del tiempo y el paso de las generaciones. Se calcula que fue aproximadamente en la última mitad de la centuria del 1600(Mendoza, 1983).

Se inicia su búsqueda al parecer, porque los curas de Buga y Yumbo convinieron conseguir en Quito sendas Imágenes de Jesús Crucificado, lo que acordaron cuando en Yumbo estuvo el de Buga con motivo de misiones.

Bugueños y yumbeños, llevando animales de carga, fueron a traerlas enviados por los Curas. Los Yumbeños en trayendo la imagen llamada Cristo del Buen Consuelo y los bugueños la imagen de los Milagros.



Imagen del Señor del Buen Consuelo actual
Fotografías tomadas por Edward Ramirez



Hoy en día, esta imagen, es la base principal en la celebración de las Fiestas Patronales, siendo el homenajeado, realizando

misas y desfiles en celebración de esta festividad.

Por ende es la imagen mas representativa del municipio, a pesar de que existen otras imágenes en las capillas y templos del municipio, pero el Señor del Buen Consuelo, es quien predomina históricamente, por su trascendencia histórica e importancia para las festividades religiosas en la región.



Imagen 46. Imagen actual del Señor del Buen Consuelo - Foto tomada por Edward Ramirez

Tres Cruces

Son recordatorias a las del Calvario (Crucifixión de Jesús), estuvieron erigidas en el cerro llamado El Floral, al norte de la ciudad, los años de la década 1860, allí permanecieron por un tiempo. Las Cruces quedaron señaladas en el croquis dibujado con motivo del pleito iniciado el año 1868 entre los indios y el señor Rafael Cobo, sobre lindero entre sus tierras. Más tarde las mudaron al cerro situado al suroccidente de la ciudad.

Ellas fueron de guadua hasta que el señor Ricardo Ferrerosa decidió construirlas de cemento a costa suya. La primera construida fue la central, por el año 1952. Dos años después el señor Ángel Antonio J. Vásquez, hizo construir las dos laterales cumpliendo encargo que le dio el señor Ricardo antes de morir.



Imagen 47. Las Tres Cruces visitada por los habitantes
Fotografía tomada por el IMCY

Este monumento construido en memoria de la crucifixión de Jesucristo, hace parte como lugar principal de asistencia de peregrinos en la Semana Santa, algunos como acto de gratitud y otras de penitencia.

7.3.2.2. Bandera , Escudo e Himno

En Colombia son: El escudo, la bandera, el himno. Representan la Republica que advino con el triunfo de la lucha armada sostenida por largo tiempo para conseguir la Independencia del Gobierno Español. Patentizan el sentimiento patriótico de la Nación Colombiana. Son las insignias de la Patria, ante las cuales es obligante la reverencia y respeto. (Mendoza, 1983)

Bandera del Municipio

Este símbolo de Yumbo data del año 1944. Fue ideado y obsequiado por el párroco del lugar Fray Alfonso de la Concepción Peña. El 14 de Mayo anuncio el suministro de la Bandera y el 21 del mismo Mayo la entrego, según lo dicho en las Actas del concejo de 21 de Mayo y 4 de Junio de 1944. La confecciono doña Bernarda Rosero de Espinoza bajo la dirección de Fray Peña.

El acta del 21 de Mayo que da cuenta de la entrega, no expresa la significación de los colores. Pero tal significación la dio Fray Peña al hacer la entrega según dicen algunas personas, que según los libros de historia cuentan que el significa del diseño es el siguiente:

El sol naciente simboliza la vida, la creatividad y la fuerza de nuestro pueblo; el color verde recuerda la belleza y fertilidad de esta tierra, y en la franja blanca que divide en dos la bandera, están escritas las palabras PAZ Y TRABAJO, indicando que somos un pueblo trabajador y pacífico.



Cuentan que el cura Peña siempre quiso que el municipio tuviera lo uno y lo otro. En aquel entonces eran los días funestos de la violencia partidista, que ocurría en el País, y exhortaba a los yumbeños para que no cayeran en la espiral violenta.

Escudo del Municipio

La denominación propia es “Escudo de Armas”, pero para sintetizar se le llama Escudo.

El acuerdo No. 016 de diciembre de 1979, que creo El Escudo de la ciudad de Yumbo, siendo evaluado por el concejo municipal de la época y en sesión solemne de

la corporación del 7 de agosto de 1980 se colocó oficialmente en el recinto del Concejo. Al expedir este acuerdo, se encargó al Académico de Historia doctor Raúl Silva Holguín que lo confeccionara. Y como el Acuerdo no indico los símbolos que debería contener, hubo de diseñarlo conforme a su propia concepción. (Mendoza Mayor, pág. 516 - 1983)

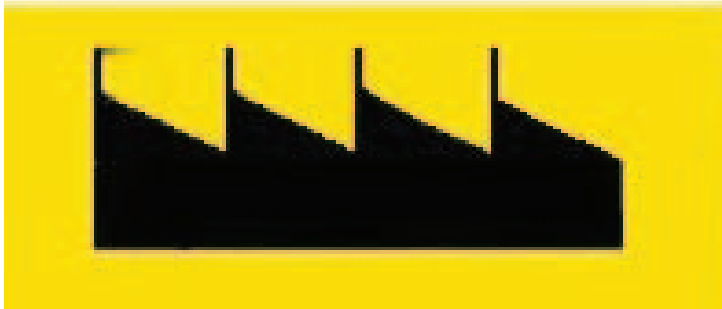


Este heraldista e historiador, miembro activo y secretario de la Academia del Valle del Cauca, el día que entrego al Concejo en un acto solemne menciono, el orgullo que tenía por haber tenido la suerte de diseñarlo, basado en la historia de esta ciudad. Paso a describirlo, explicando a la vez que en la Heráldica el color negro se llama “sable” y el color rojo “gules”; que en un rostro mirando a la diestra es símbolo de “nobleza y legitimidad”, en cambio mirando a la izquierda

es símbolo de “bastardía”; y agregando que “cuarteles” se llaman los comportamientos en que separados están los símbolos integrantes del Escudo. (Mendoza Mayor, pág. 517 - 1983)

El escudo cuenta con diferentes elementos que representan y poseen un determinado significado:

La forma del escudo: Es española del siglo XVIII y dividido su campo en tres cuarteles. Uno superior de extremo a extremo, de color dorado, en el cual aparece la silueta de una gran fábrica, con sus cuatro chimeneas. Alusivo a la fuerza industrializada que empezaba en Yumbo



Cuartel inferior izquierdo: Sobre el fondo de gules (rojo intenso), mirando a la diestra, el rostro de perfil de un cobrizo. Se trata de la imagen del indio Balto Puente, personaje que se distinguió al finalizar la Conquista por su altivez, valentía y sagacidad. Fue llevado por los españoles a Madrid, en un grupo de esforzados combatientes, entre quienes se hallaba el Inca Garcilaso de la Vega. Y con él también estuvo, Miguel de Cervantes Saavedra en la célebre batalla de Lepanto (Grecia Continental) en el año

de 1571.

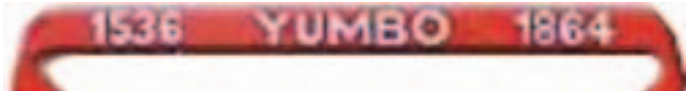


Cuartel inferior derecho: Sobre el fondo azul, un libro cerrado, de pastas blancas y sobre el un tintero con su pluma antigua. Que indica que “La historia del altivo pueblo de Yumbo está por terminar de escribirse”.



En la parte superior del escudo aparece un listel rojo y sobre el la leyenda: 1536 YUMBO 1864. La primera fecha indica el

descubrimiento por el Capitán Miguel López Muñoz. Yumbo el nombre de la ciudad y 1864, fecha de su erección como municipio.



El color rojo representa el distintivo que usaban los indios de su tierra natal en las cabeceras del río Napo, Ecuador. La gramínea que rodea el Escudo es la caña de azúcar que fue traída por Sebastián de Belalcázar de la República Dominicana en 1541 y donde se cultivó por primera vez en Colombia fue en la antigua e histórica hacienda de la Estancia, conocida como la casa de veraneo de Simón Bolívar. De Yumbo paso a San Jerónimo y Amaime en Llano grande (hoy Palmira) extendiéndose por todo el país.

Himno a Yumbo

En la década del 1950 fue cuando se compuso el himno a Yumbo por José Domingo Díaz Valencia, y la música fue colocada por Adelmo Ruzca B., ambos profesores en el ramo de la Educación en este municipio.

Letra del Himno

Coro

¡Oh! vosotros los hijos de Yumbo
Que tenéis el nativo ascendiente
de Jacinto, el Cacique valiente,
de María, su cónyuge leal.

PRIMERA ESTROFA

Alabadles con música y canto,
que son ellos los progenitores
que venciendo al íbero tirano

derrotaron los conquistadores.
Que no fueron esclavos de nadie
en la altiva e indómita gesta,
desde el andes hasta el llano
llevaron
sus legiones, su raza y su fe.

SEGUNDA ESTROFA

Hoy su pueblo se ufana y altivo,
Al concurso del mundo se
empina, Porque al mundo en
penacho levanta
Como canto y honor al trabajo.

Aquí se le hace un tributo al
Cacique Jacinto, quien fue uno
de los últimos combatientes
en la resistencia de la
independencia española, siendo
este el precursor de la lucha en
la defensa de sus costumbres y
su raza.

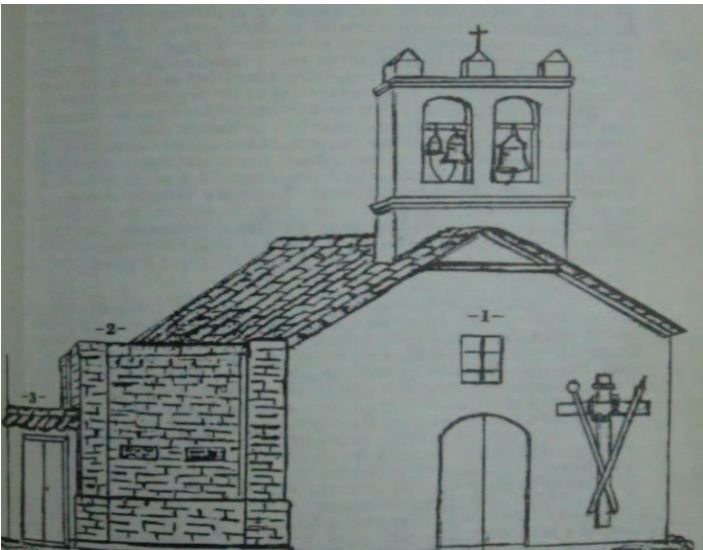
7.3.2.3. Arquitectura,
estructuras y edificios

Iglesias del Municipio

El municipio de Yumbo se caracteriza por ser una población católica desde la llegada de Miguel López Muñoz en 1536, y la cultura religiosa traída de España. Construyéndose la primera capilla con techo de palmicha en el barrio Guacanda en 1556, aunque la llegada del primer cura Párroco fue hasta 1613, se trató del presbítero Juan de Trabundo.

La población india, o en su parte, estaba radicada en el territorio situado entre el río Yumbo y Mulalo (Norte del Municipio actual), las más numerosa se asentó en inmediaciones del

zanjón del barrio conocido hoy como Guacanda, debido a su mayor numero tuvo la primicia este lugar. Fue la cabecera del Curato de Yumbo. Por esto allí hubo iglesia. Sus paredes eran de tierra apasionada, lo que se llama “Tapia”. Duro hasta principios del siglo siguiente, se cerró cuando quedo abandonado porque los moradores del pueblo se trasladaron al nuevo pueblo San Sebastián de Yumbo al sur del rio, que vino a ser el inicio de la actual ciudad.



Fotografía tomada del libro Memorias de Yumbo

Don Manuel María Sánchez V, en su opúsculo sobre Yumbo, dice que en el llano del Guayanacal y en punto del Viejo Cementerio (Hoy barrio la Estancia), los españoles colocaron una segunda iglesia llamada la Capilla de Conquista, en 1743, en un área primitiva donde se había creado la Hacienda la Estancia (Casa de Sebastián de Belalcázar), iglesia que tal vez fuera el Cobertizo bajo el cual los sacerdotes Doctrinales cumplían su misión. Al parecer era una capilla provisional, una tienda de campaña, para los sacerdotes que estaban de camino, y con el tiempo fue removida, dando paso a la tercera iglesia, que hoy en día es una de las más representativas.

La tercera iglesia fue construida a finales del siglo 18, por los moradores del pueblo de San Sebastián de Yumbo, cuando la población quedo configurada. Se edificó en el lugar que hoy ocupa el Templo Parroquial del Parque Belalcázar. En primeros tiempo su techo fue cubierto de paja; y por ultimo con tejas de barro cocido.



Imagen 48. Construcción de la Iglesia del Parque Belalcázar
Fotografía tomada del libro Monografías de Yumbo

El año 1798 por carencia de fondos se retardo la reparación del techo que estuvo para caerse. Su terminación fue a finales del siglo 19; esta poseía una gran variedad de elementos que las primeras no lo tuvieron, como pisos de ladrillo grandes, paredes de adobe, vigas gruesas y redondas a la vista, Altar mayor y el Camarín de la Efigie del Señor del Buen Consuelo. Al lado estaba la Capillita de San Antonio de Padua adentrada al predio de la Casa Cural. Además de que el Altar Mayor y el Pulpito de madera tenían arabescos dorados, los cuales después serian cambiados por mármol conseguidos por el Cura Fray Alfonso de la Concepción Peña para el nuevo templo.

Cuenta la tradición que los yumbeños motivados por el espíritu progresista de Fray Peña conformaron una junta pro templo, y se reinició la construcción del templo que en 1928 había iniciado el padre José Saulo Torres con planos levantados por el ingeniero español José Sacassas, obra que debido a la pobreza de la parroquia había sido suspendida. “Los yumbeños en cuatro años levantaron su templo parroquial del Señor del Buen Consuelo.

Todos colaboraban, el uno donaba un ternero, el otro un cerdo, una vaca, que se rifaban en presencia de los concurrentes a los festivales que se hacían en la placita suelta que existía antes de que Fray Peña motivara la construcción del parque Belalcázar...” según contaba Alfredo Satizabal Prado, y lo confirma Natividad Ordoñez, ambos habitantes de antaño nacidos en Yumbo y conocido por tradición oral.



Fotografía tomada del libro Memorias de Yumbo

Con la construcción de esta “Gran Iglesia” y con el crecimiento de la población en el municipio, al establecer las plazas Bolívar y Uribe y convirtiéndose en parques se crearon también las iglesias

que hoy posee cada parque. (Ordoñez, 1943). Estas con el paso del tiempo se convirtieron en iglesias importantes para celebraciones de actos públicos y religiosos como el Día de la Independencia o las Fiestas Patronales.

Aunque por el municipio se encuentran aproximadamente 20 iglesias, la mayoría son solo capillas, pero destacan templos que ya se han constituido incluso en festividades y eventos religiosos de la región; las más sobresalientes actualmente, según los registros históricos y administrativos utilizados para dichos eventos, son la Iglesia del Señor del Buen Consuelo, la iglesia del parque Bolívar, la Iglesia del parque Uribe, La iglesia de Puerto Isaac y la iglesia del Corregimiento de Mulalo debido a su tradicionalidad, su acogida, su número de feligreses, y la participación en los diferentes eventos religiosos que se realizan en el municipio, siendo participes en eventos como las Fiestas Patronales, Las exposiciones religiosas, la ruta turística, Semana Santa y en época Navideña.

Es tan importante la fe católica, la cultura católica y feligresía en el municipio que Yumbo tendrá Obispo propio. Según fuentes cercanas a la Arquidiócesis de Cali, Yumbo es uno de los municipios de mayor arraigo para la iglesia Católica (posee en total siete parroquias y una en formación) y por esta razón se convertiría en una Curia Alterna que se encargaría de la coordinación del sector norte de Cali, la Zona Industrial y de algunos municipios vecinos. La idea haría parte de una estrategia de descentralización hacia los feligreses. Por esta misma razón, Yumbo tendría un

obispo que estaría a cargo de esa labor. Según las mismas fuentes, el arzobispo de la Arquidiócesis de Cali, monseñor Darío de Jesús Monsalve ya solicitó a la Santa Sede en Roma, el estudio de la designación de quien sería el obispo auxiliar en Yumbo.



Reformas de la Casa Cural
Fotografía de Todosesupo.com

Para principios de 2013 iniciaron en el Parque Belalcázar las obras de la Casa Cural de la Parroquia del Señor del Buen Consuelo.

El presbítero Rafael Ángel Rodríguez Rincón, párroco del Señor del Buen Consuelo y vicario episcopal de monseñor Darío de Jesús Monsalve, obispo de la Arquidiócesis de Cali, informó en el programa *Despertar con Cristo* que se emite por Yumbo Estéreo en ese entonces, que las reformas que se adelantaban en la Casa Cural son para adecuar el domicilio del obispo que próximamente será nombrado para el municipio de Yumbo.

“Los yumbeños próximamente se acostumbrarán a tener en el marco de la plaza principal, además de la Casa Parroquial, la Casa Episcopal”, dice el artículo publicado en la página web yumbeña (todosesupo.com).



Reformas de la Casa Cural
Fotografía de Todosesupo.com



Paso de la Torre

Esta vereda del municipio de Yumbo que se encuentra a 5 minutos de la zona urbana de Yumbo, este lugar ha sido reconocida como un lugar turístico para compartir en familia, donde las personas pueden ver pasar el río Cauca; además famosos por su comida de pescado adobado al carbón y su zona de rumba y bares.

En este lugar se encuentra un gran parque el cual está situado sobre las riberas del Río Cauca en el sitio llamado hace años

como el “Camino Real”, que en aquella época unía a Cali con Buga y Bogotá, atravesando el río. En este sitio existen ocho ceibas, cuatro de éstas son seguramente las más grandes, antiguas y esplendorosas que aún existen en el Valle del Cauca.



Imagen 49. Paso de la Torre y las lanchas de paso
Fotografía tomada por el PAIS.com



Comida típica que se encuentra en el Paso de la Torre
Fotografía tomada por fotolugares.com.ve

El hecho histórico que destaca a esta población es que a la sombra de las gigantescas ceibas funcionó, durante la época de la Colonia, un importante “mercado de esclavos”, cuyos esclavos eran transportados en champanes que subían por el Río Cauca y donde los hacendados del Valle del Cauca acudían a comprarlos.



Ceiba histórica en Paso de la Torre
Fotografía tomada por panoramio.com

En la parte superior de la ceiba más grande existen aún restos de las cadenas, que asegura la tradición, se utilizaban para sujetar a los esclavos rebeldes o a los que serían marcados al fuego, con la «marca» de su nuevo dueño y señor. En este «mercado de esclavos» el doctor José María Cuero, propietario de la Hacienda Mulaló, localizada a una legua de distancia, compró y marcó al fuego en 1810 a Josefa y a Ana Cleofe Lucumí, abuela y madre de la famosa doncella Manuela Josefa Bolívar Cuero, quienes poco después adoptaron el apellido de su amo el Dr. Cuero.

El Paso de la Torre fue Puerto importante durante la época en que existió la navegación a vapor en el río Cauca, que se desarrolló entre los años 1890 y 1930; estos navegantes se

proveían de carne, plátano, frutas, legumbres y leña, gracias a los habitantes de la rica región de Rozo. En este sitio hoy día se utiliza para la extracción de arena desde el río.



Imagen 50. Paso de la Torre y recolección de arena del río Cauca
Fotografía tomada por el PAIS.com

Este lugar es reconocido como sitio turístico y económico importante para el municipio, además de lugar de encuentro por sus sitios de rumba y diversión.

Edificio Administrativo
Alcaldía Municipal



Desde varios años antes del 1850 (no hay datos exactos), hubo Casa Municipal o Alcaldía Municipal, llamada actualmente en Yumbo, ubicada en la esquina sur-oeste del cruce de la carrera 4ª con calle 5ª de hoy. Constituida en ese entonces por tres pequeñas piezas en paredes de bahareque y techo con teja de arcilla. Habían destinadas dos oficinas del Alcalde y el Juez y una tercera para la cárcel.

En Junio de 1850 el Cabildo Parroquial mando licitar la construcción de piezas con destino a Despachos y Cárcel. La obra consistía en reconstruir el que había, y no hacer uno en otro sitio. Esta reconstrucción con atrasos y tropiezos se concluyó para el año 54. En el año 58 se le cambiaron puertas y ventanas, se hizo referencia a este lugar llamándolo “Casa Consistorial” (significa Municipal o Administrativo).El tesorero y el personero laboraban en sus domicilios, mientras que el Concejo ocupaba un local tomado en arrendamiento.

Para el año 1904 el lugar donde estaban los despachos había llegado a estado ruinoso, por tal motivo el Alcalde que entro en la época el señor Benigno Sánchez, concreto en su programa edificar una nueva Casa Municipal. En esta obra invirtió los dineros del Fondo de Instrucción Pública, lo que fue considerado como ilegal. Esta nueva casa de una sola planta, quedo en paredes de adobes y al estilo de la época.

Veinte años más tarde surgió otra iniciativa sobre la Casa Municipal con capacidad que correspondiera a las exigencias de la época. El año 1925 se principio la edificación, hubo dificultades financieras y se paralizó la obra. Pero el Tesorero Departamental ayudo a vencer esas dificultades mediante auxilios que decreto el Gobernador. La obra se concluyó el año 1926. Esta edificación de dos plantas duro hasta la década del 1950 cuando ejerció de Gobernador del Departamento el señor Carlos A. Sardi Garcés.

En tal época y por haber sufrido grave deterioro fue demolida para sustituirla con edificio de mejor perspectiva y mayor comodidad. Lo que se cumplió bajo el auspicio del gobierno de Sardi, quien tuvo a bien llevar a término la obra. La nueva Casa Municipal o Alcaldía la construyo el arquitecto Alfonso Tafur Hormaza, y a ella fueron las oficinas municipales a mediados del año 1965. Faltando por construir el tramo sur que se haría en el transcurso de los años.

Bajo la Administración del Alcalde Carlos Alberto Bejarano entre los años 2004 y 2006 se decidió la remodelación y reestructuración de la Alcaldía Municipal y el parque donde se encontraba, sin poder continuarlo debido a una sanción en su administración, culminándolo el Alcalde designado Luis Fernando Lenis, para finales del año 2006 a 2007.



Esto se dio a conocer el 22 de marzo de 2007. En la casa de banquetes Madeira del barrio Uribe - Uribe de Yumbo, donde se realizó una rueda de prensa con el objetivo que el Alcalde Luis Fernando Lenis Barco explicará el único macro proyecto inscrito en su programa de gobierno durante su campaña al primer cargo del municipio industrial del Valle del Cauca.

Con una inversión de 13 mil millones de pesos, durante un año se trabajó para entregar los 130,6 mts 2 que comprendió la primera fase de la construcción del Centro Administrativo Municipal de Yumbo, Camy.

Durante la Rueda de Prensa se hizo una presentación en 2d para mostrar el antes y el después del Camy. Además, el médico Lenis explicó acerca de que quedaba faltando para que el próximo alcalde siguiera en ejecución, ya que para terminar totalmente el Camy es necesaria la construcción de dos fases más, dijo el Alcalde Lenis.



Fotografía tomada por el CAMY

Esta construcción se entregó el 31 de diciembre de 2007 y bajo licitación pública la obra fue asignada al Consorcio Yumbo Hacia el Futuro, con interventoría del Consorcio Camy (representante legal Pedro José Serrano), y veeduría ciudadana. Esto fue publicado en la página web de la Gobernación del Valle.

En la actualidad no se ha culminado la construcción, ni iniciado la fase 2, aunque dentro de la fase estaba destinada La Estación de Policía y la Cárcel, ya se ha iniciado un proyecto para 2013, donde se construirá una “mega estación de policía”, liderado por el Alcalde Fernando Murgueitio desde el inicio de su administración en el 2012.



Fotografía tomada por el CAMY

Este edificio arquitectónico junto con su plazoleta en la parte exterior es la más usada para la mayoría de eventos y actividades que se celebran en el municipio, siendo el sitio de encuentro y punto principal del municipio.

El Centro de Atención Municipal de Yumbo “CAMY” fue premiado en la categoría Proyecto Arquitectónico en el libro XXII Bienal Colombiana de Arquitectura publicado en octubre de 2010 por la Sociedad Colombiana de Arquitectos. Es una imponente y moderna edificación, construida en el tradicional parque Belalcázar, en pleno centro del Municipio de Yumbo (Valle del Cauca). Cuenta con un auditorio para eventos, una biblioteca pública, las instalaciones de la Contraloría y varias secretarías municipales. Con la más novedosa tecnología y sistemas de comunicación entre dependencias. Además de rampas de acceso para discapacitados.

Biblioteca Pública

La biblioteca abrió sus puertas en el año de 1985, cuando se inaugura “la Casa Popular de Cultura”. Siendo Alcalde del Municipio el Dr. Jairo Romero Pereiro. Su fondo bibliográfico se componía de libros de consulta; alrededor de unos 700 títulos, a este lugar acudían los niños de las escuelas cercanas con el objetivo de que le ayudaran en las búsquedas de sus tareas escolares.

La Biblioteca nace como un programa inmerso en el Plan de actividades del Instituto Municipal de Cultura.



Fotografía tomada por el CAMY

La biblioteca se ha convertido en un sitio importante para el Instituto de Cultura, lugar donde se realizar parte de las actividades que realiza la entidad, eventos como el encuentro de poetas, cine foro, semana del niño, el día del libro, entre otras actividades.



Fotografía tomada por el CAMY



Imagen externa de la Biblioteca Pública Municipal
Fotografía tomada por viajarenverano.com

Este lugar cuenta además con una sala de consulta, sala de hemeroteca, sala infantil, sala de exposiciones, salón de depósito de libros y sala de internet. Dentro de los programas que lidera

la biblioteca están: Concurso anual del cuento literario, promoción de lectura, talleres de lectoescritura y hemeroteca.

EstadioMunicipal “Guachicona”



Fotografía tomada por Edward Ramirez

La práctica del deporte se inició en Yumbo el año 1933. Ese año se conformó el primer equipo de futbol. Su primer campo de juego fue la Plaza de Bolívar hoy ocupada por el Parque del mismo nombre. Luego a poco menos de un año, surgió el equipo femenino de basquetbol. Posteriormente surgieron nuevos equipos de futbol. Para el año de 1967, comenzaron a ser reconocidos por sus victorias a equipos vecinos, como el triunfo de las basqueteras yumbeñas sobre el Equipo bogotano, en el año 1937 en la celebración del cuarto Centenario de Cali.

Esto fue parte de los motivos para que en el año 1967, el Municipio compro 43.507 metros cuadrados de terreno por precio de 652.605 pesos, con destino para el parque infantil y canchas para deportes,

esta destinación se cumplió mediante la construcción del Estadio ordenada por el Acuerdo Municipal No. 029 de 1969; cuyos planos elaboro el Ingeniero Leonardo Amaya de la Junta Departamental de Deportes. La construcción se inició el año 1969 colocando la primera piedra el 1 de Noviembre, y la primera columna se fundió el 31 de Diciembre de 1970. Al estadio se le llama “Guachicona”, nombre indígena correspondiente desde antaño a esa parcela de tierra, y se le impuso por medio del Acuerdo Municipal No. 017 de 1970, en 1977 aún estaba a medias la construcción, pero ya prestando servicio para los encuentros de futbol. En 1980 al final, seguía inconcluso, y a su lado se terminó el Coliseo.



Fotografía tomada por Edward Ramirez

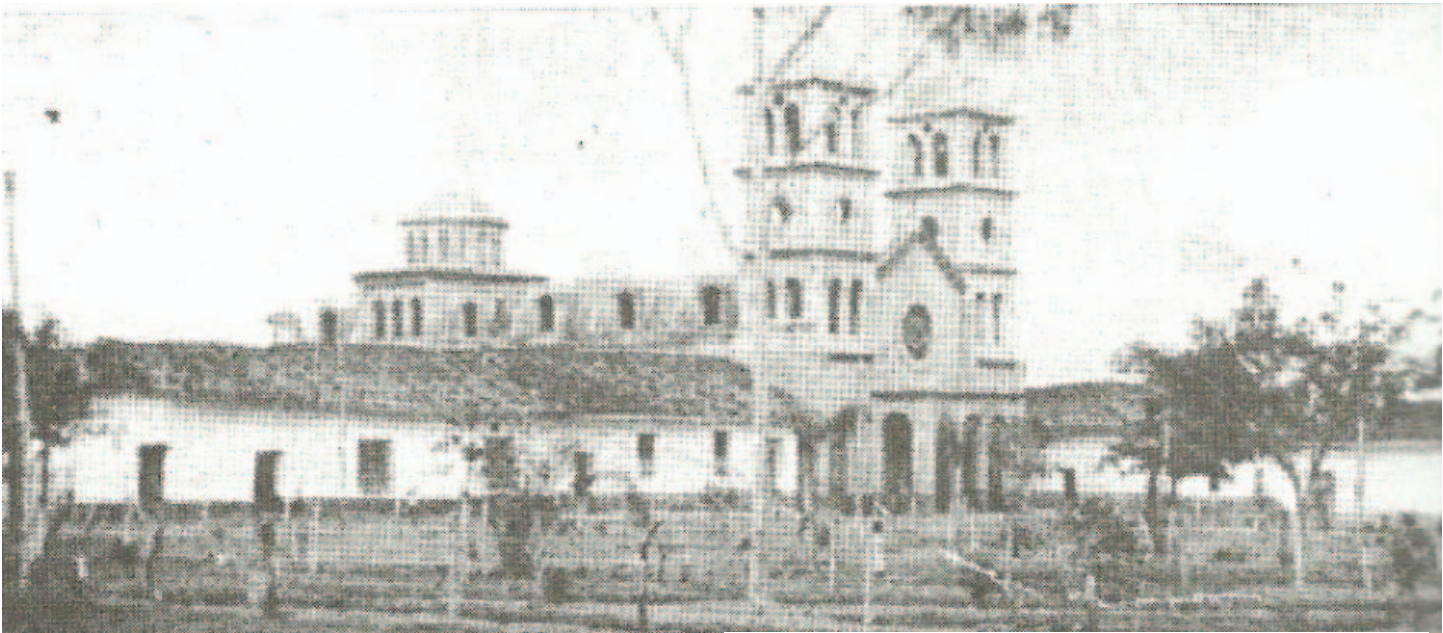


Parque Belalcázar

Esta plaza en los años de 1910, se tenía proyectada como un lugar de entretenimiento, pero siguió sin despertar una nueva ilusión de hacerla un sitio recreativo para yumbeños y visitantes. Continúo entonces teniendo un raquíto gualanday en cada esquina y dos maltrechos almendros al lado norte, simularon ornamentarla en largo tiempo. Pero cambiaron las cosas cuando el Fraile Alfonso de la Concepción Peña vino a regir la parroquia ubicada en este lugar. Una de sus iniciativas fue hacer parque en la plaza principal. Y como su idiosincrasia lo llevaba a la pronta ejecución de lo que proyectaba, no se dio tregua en proceder a la realización, y por el año 1936 o 37 acometió la obra acolitado por la ciudadanía entusiasmada.

Con líneas diagonales uniendo las esquinas dividió en cuatro secciones el área que tomo, las que a su vez partió por mitad, y cada parte de las ocho resultantes la señalo a familias o personas que la sembraran y mantuvieran como correspondía a lo prospectado; preferencialmente a quienes residían en el marco de la plaza.

Así pues, la plaza paso a ser “Parque Belalcázar”, nombre que le dio Fray Peña mientras duro su Curato, como de la ciudadanía y de las esferas oficiales. Las varias remodelaciones que ha tenido, han motivado el comentario de ser hasta ese entonces este parque la obra más costosa. El primer adorno se lo pucó Fray Peña, en el centro, simulando una fuente de agua. Pero fue retirada para dejar el lugar para un kiosco que se levantó en el año 1950 para la banda de músicos durante la retreta, y que en festividades también utilizaban los bailarines fiesteros.



Fotografía tomada de la Biblioteca Publica



Ilustración del Parque Belalcázar en los años 60
Tomada de la Biblioteca Pública de Yumbo

A su vez el kiosco fue demolido tachándolo de “antiestético”, para en su sitio construir nueva fuente en otro estilo. Una alberca que dentro de ella se levantó una pequeña pirámide trunca y sobre ella un segundo cuerpo de igual figura.

En el costado frontal de la pirámide se mostraba un símbolo de la industria, consistente en rueda dentada y brazo humano que daba la ilusión de accionar un martillo.

Esta gran modificación también se eliminó esa fuente por causa de una remodelación al Parque.



Ilustración Parque Belalcázar, visitado por propios y turistas

Después de estas modificaciones el parque continuo siendo objeto por varios años de diferentes “remodelaciones”, según parece cada administración realizaba cambios. Estas modificaciones culminaron hasta el año 2005 donde el Alcalde de ese entonces Carlos Alberto Bejarano dio inicio al proyecto de remodelación del Parque Belalcázar junto con la Alcaldía Municipal; desde entonces, se ha observado en los últimos años como ha sido visitada por los habitantes, además de tener variedad de comercio y ventas de alimentos, que permite tener una estadía amañadora, esto visto en visitas realizadas al lugar y fotografías tomadas.



El Parque Belalcázar considerado desde sus inicios como “plaza principal”, es hoy reconocida por sus habitantes como sitio de visita, recreación y representativa para el municipio, lo anterior definido no solo por ser el parque principal, sino porque además es utilizada por la alcaldía y la casa cultural como sitio principal para eventos sociales y culturales, y para exposiciones de alimentos y artesanías.



Fotografía tomada por Edward Ramirez



Actual Parque Belalcázar, y al fondo Alcaldía Municipal de Yumbo - Fotografía tomada por Edward Ramirez



Parque Bolívar

Llamado así en honor al Libertador Simón Bolívar. El área ocupada hoy por el parque, era antes una plaza sin nada que la ornamentara. En un tiempo se plantaron unos arbolitos, muy pocos, que fueron resguardados con chiqueros de guadua, pero al paso de los días y por la falta de cuidado se acabaron.

Para la década de 1940 fue cuando surgió la iniciativa de realizar allí obra de ornamentar el parque. Esta actividad no tuvo el empuje necesario para

dejar la obra terminada, pero el ánimo persistió, hasta que en 1955 se habían realizado avances en las construcciones, y ese año se erigió allí el busto del Libertador Simón Bolívar, para recordar la importancia de él para Yumbo, lo que tuvo lugar el 11 de Noviembre.



Imagen 51. Busto Simón Bolívar ubicado en el Parque del mismo nombre - Foto tomada de la Biblioteca Pública

A finales de 1958 se trabajaba en los arreglos finales del parque. El siguiente año se inauguró, para el mes de Noviembre. También este parque ha tenido remodelaciones, su última modificación fue hecha en la administración de la alcaldesa de la época Alba Leticia Chávez Jiménez en el año de 2003.



Fotografías tomadas por Edward Ramirez



Imágenes del actual Parque Bolívar de Yumbo. Ubicado en la calle 12 entre las carreras 3 y 4



Parque Uribe

Este parque llamado inicialmente “Plaza de Zacarías”, debido que en aquellos tiempos la casa del señor Zacarías Cárdenas estaba en el ángulo sureste al parque, y era reconocido por la simpatía popular en razón de su espíritu fiestero. Desde ese entonces se tenía proyectado hacer el parque, pero la realización no se configuraba. Para los años de 1960, se apersono del asunto la Administración Pública Municipal, utilizando como motivo la celebración del Sesquicentenario de la Independencia Patria, para que la inauguración de esa obra pública fuese uno de los actos de la celebración.

Por ello, y para el efecto de que el propósito formulado se cumpliera a cabalidad, hubo de darse a los trabajos la celeridad que imponía la urgencia de que el día 20 de Julio la obra estuviera concluida, objeto cumplido, ya que para esta fecha del año 1960 se realizó el acto inaugural.



Fotografía tomada por Edward Ramirez



Fotografía tomada por Edward Ramirez

A este parque se le dio el nombre de “Parque Alfonso López”, porque al inaugurarlo también se erigió allí el busto del República Doctor Alfonso López Pumarejo. Pero es conocido como Parque Uribe, igual al nombre dado al barrio donde está ubicado, llamado así en memoria del ilustre colombiano Rafael Uribe Uribe.

7.3.2.4. Marca o logotipo

En la actualidad no posee una marca o logo que represente al municipio, solamente el eslogan de “Capital Industrial de Colombia”, acompañado del Monumento a la Industria.

Pero se ha evidenciado una especie de marca que cambia periódicamente, por decirlo de alguna manera, según registros visuales se observó que cada administración ha creado su logotipo para el periodo que le corresponde, según un análisis de investigación se pudo trpropia y formas icónicos del municipio, donde se encontraron elementos recurrentes como

la industria y la religión, estas marcas administrativas no son reconocidas propiamente por la población, pero si reconocidas o tenidas en cuenta por funcionarios, ciudadanos y demás que tengan algún tipo de relación o cercanía con la administración municipal, debido que son usadas en los medios frecuentes de la alcaldía, como videos, fotografías, documentación institucional, entre otros.

Aunque no se realizara un estudio minuciosos en estos logos, debido a que no es de análisis en este proyecto, se tendrán en cuenta los rasgos que se pueden observar claramente en cada imagen usada por las administración para su periodo político, ya que también es un reflejo de expresión de lo que para ellos significa el municipio, y los elementos más significativos de la región.

Aquí algunos ejemplos encontrados:



7.3.2.5. La flora y fauna



Imagen 52. Vista corregimiento de panorámica Dapa y su ecosistema - Foto Guía Turística de Yumbo 2011

El municipio posee uno de los más importantes sectores de fauna y ecosistema, este se encuentra ubicado en el corregimiento de Dapa, convertido hoy en una opción para el turismo por ser uno de balcones naturales del Valle del Cauca, donde propios y extraños pueden disfrutar del paisaje y de la delicia gastronómica típica del lugar.

Los encantos de Dapa como

mirador turístico lo constituyen sus hermosos paisajes, fresca y agradable temperatura y el entorno natural que le rodea, situado a solo 20 minutos del casco urbano de Yumbo y de la ciudad de Cali.

Las áreas más importantes para la vida silvestre son las franjas de bosque nublado (cerro de Dapa Carisucio, Reserva Forestal) que ocupa las laderas y crestas de las partes más altas de Dapa.



Bromelias, planta típica en Dapa
Fotografía tomada de la Guía Turística de Yumbo

El bosque de nubes Dapa está conectado directamente con el bosque nuboso el Chicoral en la ladera occidental de los Andes, que está relacionado con el bosque nuboso del kilómetro 18 y San Antonio (sur hacia el PNN farallones de Cali).

El bosque nublado del Cerro Dapa Carisucio, es un magnifico destino para el ecoturismo, es un ecosistema en particular y escaso, no se encuentran fácilmente en el mundo.

En más de 2.300 metros sobre el nivel del mar se encuentran 1410 hectáreas de un memorable espectáculo natural de gran variedad de flora y fauna, además de agua deliciosa 100% pura.

La vegetación densa es típica del bosque nublado dentro de la Reserva natural Carisucio de Dapa. Los arboles más comunes son CyantheaCaracassana, comúnmente conocido como “Helecho Jurásico”.



Pájaro Barranquero, se encuentro en la zona de Dapa
Fotografía tomada de flickr.com

La mayor parte de la reserva está cubierta de un bosque primario que alberga en sus troncos cantidades de plantas epifitas como: las orquídeas, bromelias, heliconias y lianas, que son especialmente disfrutadas por la fauna local. Debido a la gran

variedad de aves ornamentales como: los colibríes, tangaras y motmot (Barranqueros), entre otras especies de Colombia y en especial de los bosques de nubes de Carisucio, que lo convierten en un lugar privilegiado en el mundo con más de 280 especies de aves en la región de Dapa.

Las mariposas también abundan en esta zona al igual que los mamíferos silvestres, además de reptiles y anfibios, donde existen diez de las nuevas especies descubiertas en Colombia.



Quebrada que desemboca a el Rio Yumbo



Pájaro Azulejo Montañero Fotografía tomada de Flickriver

7.3.2.6. Cultura Pública

La Cultura Pública hace parte el Simbolismo Objetivado, determinando su comportamiento y costumbres dentro de su nicho social como comunidad. Giménez señala que los rasgos culturales se objetivan en forma de artefactos o de comportamientos observables llamados por Thompson como las formas culturales, estos elementos objetivados se precisan por las experiencias comunes y compartidas, mediadas por las

formas objetivas de la cultura. Dentro del que se encuentran subdimensiones como:

- La religión
- El arte
- Mitos y Leyendas
- La literatura
- Las danzas

De estos componentes de la Cultura Publica se hablara a continuación, desde la perspectiva de la participación e impactos que hayan generado cada uno de los elementos mencionados, determinar cómo hacen parte de la cultura y tradiciones yumbeñas de alguna manera, haciendo presencia a través de festividades o manifestaciones culturales de la región.

Además de conocer si estas manifestaciones dentro de las tradiciones, tienen importancia dentro de los procesos socio-culturales, siendo reconocidos por la comunidad. A continuación describiremos cada subdimensión de la cultura, con ayuda de información suministrada por el área de cultura del instituto de cultura de Yumbo, y los análisis realizados a los recursos y registros de la historia y festividades del municipio.

La religión



El municipio de Yumbo se caracteriza por ser una población católica desde la llegada de Miguel López Muñoz en 1536, y la cultura religiosa traída de España. Aunque la llegada del primer cura Párroco fue hasta 1613, quien fue el presbítero Juan de Trabundo, la primera capilla se construyó con techo de palmicha en el barrio Guacanda en 1556. Desde entonces el municipio ha crecido con elementos religiosos, haciendo parte festividades dentro de sus tradiciones, como las ya mencionadas, Fiestas Patronales, Semana Santa y la Ruta Turística Religiosas, entre otras. La religión es parte fundamental dentro de las formas culturales de la región.

El arte

Este elemento también ha sido parte de la historia yumbeña, siendo fundamental en las tradicionales culturales durante muchos años, participes en expresiones artesanales,

teatrales, escénicas, musicales, plásticas; promovidas desde mucho tiempo, por el instituto de cultura IMCY, el instituto de arte IMETY, y el museo municipal, lugares que incentivan a los ciudadanos a conocer y aprender todas las expresiones artísticas, las cuales influyen en los procesos culturales, participando activamente en actividades tradicionales dancísticas, musicales, y religiosas especialmente. Gracias a la práctica y enseñanza de las artes mencionadas, se ha generado participación activa de los habitantes en festividades como el encuentro de danza, creando grupos dancísticos fundamentados con el tiempo, al igual que en el encuentro de música, el encuentro de poetas, en las fiestas religiosas, como la semana santa, donde las expresiones plásticas religiosas siempre hacen parte de la tradición.

Dentro de exponentes de estas artes encontramos a diferentes grupos como en las expresiones dancísticas, el grupo de Danzas Adulto Mayor Ancestros de Yumbo, grupo Nuestra Tierra de Yumbo, Herencia Mestiza Univalle Yumbo, además de grupos propios del instituto de cultura; todos siendo partícipes en festividades y actividades que se relacionan con este tipo de elementos, requiriendo bailes típicos de la danza colombiana.

En las artes plásticas el municipio posee, gran talento en esta rama, destacados pintores cuyos trabajos son relevantes dentro del medio artístico propio y nacional. Entre los mejores exponentes se encuentran:

David Mecías Benítez. Estudió desde primaria en la escuela Juan B Palomino y en el colegio Mayor de Yumbo. Profesional en dibujo publicitario (1975) y dibujo arquitectónico 1993. Parte de su obra es un reflejo de los diferentes paisajes del municipio, como también de la vida urbana representada en la actividad cotidiana de sus habitantes.



Fotografía del Museo San Sebastian de Yumbo

Édgar Cuero Córdoba. Nace en el año de 1950 en la ciudad de Cali y se radica en el municipio de Yumbo en 1980 en el barrio la Estancia. Se destaca el paisaje vallecaucano y los cuadros costumbristas del litoral pacífico y del municipio. Actualmente es profesor de pintura y acrílico. (tomado de todosesupo.com)

Hilda María Muñoz Ramírez. Nace en La Cumbre, Valle del Cauca. Escultora, pintora y escritora de poemas. Ha recibido varias menciones por su obra “Que vivan los novios y casa de la Ventura”. Sus obras se caracterizan por su amor a la naturaleza, imágenes de carácter religioso. Paisajes y recuerdos de La Cumbre y Yumbo, lugar donde reside actualmente, están plasmados en sus lienzos. (tomado de todosesupo.com)

María Fernanda Tello Brito, Yumbeña. Estudios en la escuela Manuela Beltrán. Licenciada en Artes Plásticas del Instituto Municipal de Cultura de Cali. Con sus obras sobre el municipio de Yumbo profundiza su sentido de pertenencia con el mundo, conviviendo con el manejo pictórico en el contexto cotidiano, con una visión profunda que logra adecuar la creatividad con la sencillez de la vida. (tomado de todosesupo.com)



Fotografía del Museo San Sebastian de Yumbo

Lesdy Gutiérrez Sandoval. Nació en Cali el 21 de octubre de 1971 y radicada en Yumbo a temprana edad. Estudió en la escuela Antonia Santos. Bachillerato del Liceo Comercial. Estudió dibujo publicitario y comunicación en la Academia de Dibujo Profesional de Cali. En su actividad artística ha incursionado en el dibujo, pintura y en trabajo con icopor desde hace más de 22 años, trabajo que le ha valido el reconocimiento en escuelas y colegios de la localidad. También ha incursionado en acuarela, óleo y pregrabado, ha explorado el dibujo de la figura humana y el paisaje. (tomado de todosesupo.com)

Entre otros artistas destacados de la región.

En las expresiones musicales y teatrales existen grupos que año tras año hacen parte del semillero de instituto de cultura, orientados por profesores que pertenecen al instituto, reciben clases, usando los eventos institucionales como prácticas de sus habilidades artísticas, perteneciendo a el coro infantil, orquesta IMCY, y grupo musical IMCY, participando en festividades como el encuentro de música, las fiestas patronales, encuentro de teatro, entre otros eventos que se realizan, de menor envergadura.

Mitos y leyendas

Los mitos y las leyendas son una de las costumbres más importantes del pueblo colombiano. Hacen parte de la tradición oral de los pueblos que se encargaron de unir la fantasía con las creencias populares resultando en una serie de cuentos que han ido evolucionando a través de los siglos. Son fantasías que fueron tomando forma gracias al imaginario colectivo y se han encargado de proporcionar las primeras explicaciones no científicas de fenómenos naturales.

Estas historias fantásticas algunas fueron creadas propiamente por los habitantes de la región, mientras que otras fueron adoptadas y contadas por pobladores que pertenecían a otras regiones y vinieron a Yumbo en el auge de la industria, algunas de esas historias conocidas en actualidad como autóctonas colombianas.

La viudita

Esta leyenda contaba de una mujer que vestía ropas oscuras de la cabeza a los pies, tenía rostro de calavera y caminaba apoyada en un hueso largo que usaba a manera de bastón.

El vaquero

Esta leyenda es personificada como un vaquero arreador de reses que tenía un silbido especial. Podía verse su figura y escucharse su chiflo en los tiempos de Semana Santa, desde el inicio de la carrera sexta hasta el cementerio.

El descabezado

Muy visto por varios moradores del barrio Belalcázar quienes decían que salía de la cocina de don Manuel de Jesús Lenis (muy reconocido en el municipio en ese entonces), y atravesaba las manzanas hacia el occidente hasta perderse en la Loma.

El duende

Personaje que gustaba de estar con los niños y se caracterizaba por hacerles unas finas trenzas a las colas de los caballos que pastaban en la loma. Es representado por un hombrecillo con un sombrero gigante y se aparecía mucho en los solares y en las paralelas del ferrocarril.

La patasola

Habita entre la maraña espesa del monte y con la única pata que tiene avanza con rapidez

asombrosa. Dicen que es una mujer bellísima que atrae a los hombres para enamorarlos y después asesinarlos. Cuentan que se veía mucho en la carretera Cali-Yumbo, especialmente por el barrio Puerto Isaac.

El fraile y sus perros

Cuentan la vida de un fraile que tenía unos perros que les brotaba candela por la boca. Se aparecía la mayoría de las veces en el callejón de la hacienda La Estancia.

El pájaro pollo

Demonio en forma de pollo recién nacido, aunque más grande, con ojos saltones, rojos y chispeantes, pico afilado de color verde fosforescente, cuello de víbora, patas de gallo con enormes espuelas y alas de murciélago. Su terrible piar es escuchado de tempestad o cuando alguien agoniza. Ante este sonido los campesinos se santiguan y rezan “creo en Dios padre”. Cuando su piar se escuchaba cerca era porque estaba lejos y cuando se oía lejos era porque estaba cerca.

Literatura

Esta expresión cultural, ha sido importante debido al fortalecimiento de la creación y difusión de la literatura en los habitantes. Con el tiempo, yumbeños natos e innatos, se han preocupado por dejar registro de la historia y cultura de Yumbo, permitiendo que no se pierda las tradiciones y

orígenes de la región, dejando la información para futuras generaciones.

Yumbo ha forjado grandes literatos, que han permitido que la historia y orígenes de Yumbo se siga contando, algunos escritores conocidos en el municipio son:

Édgar Cuero Córdoba radicado en el municipio de Yumbo en 1980 en el barrio la Estancia, alterna su oficio de pintura con la literatura, especialmente en el cuento literario, donde ha ganado diferentes concursos convocados por el Instituto Municipal de Cultura de Yumbo.



Fotografía tomada del blog de Luis Alberto Londoño

Luis Alberto Londoño Licenciado en Historia de la Universidad del Valle y Especialista en Administración Pública de la misma Universidad, llegó a Yumbo hace más de 20 años, y desde entonces se ha interesado por la historia del municipio, quien ha sido uno de los grandes exponentes en la investigación de la cultura y tradiciones del municipio y otras regiones del Valle, además de ser parte de procesos históricos y culturales dentro de la región. Entre sus obras más destacadas se encuentran *Yumbo de Resguardo Indígena a Capital Industrial del Valle del Cauca*, obra ganadora del tercer Concurso de Autores Vallecaucanos, 1996. *Yumbo, Nuestra Comunidad. Texto de Ciencias Sociales para Básica Primaria*, 1997. *Bitácora Cultural de Yumbo*, 2000. *Universidad del Valle Sede Yumbo, Diez Años de Vida Universitaria*, 2004. *Guión Histórico de Mulaló*, 2005. *La Gente de Yumbo Cuenta su Historia, Vida Cotidiana del Siglo XX. Instituto Municipal de Cultura de Yumbo*, 2011. (Tomado del blog del escritor)



Fotografía del extra.com

Hernando Cortázar Sepúlveda quien se ha dedicado por varios años a la crónica de la vida social, reconstruyendo en su obra literaria la vida ancestral, las costumbres, tradiciones y personajes de Yumbo. Ha escrito libros sobre deporte, cultura, educación, medio ambiente, siempre con la impronta del amor a su tierra yumbeña. (tomado del extra.com)

Además de estos autores yumbeños, se encuentran los primeros literatos que iniciaron con la construcción de registros historias del municipio como el señor Manuel María Sánchez y Alberto Mendoza Mayor, entre otros, respetados habitantes que estuvieron en los inicios de Yumbo como municipio, quienes hicieron parte de muchos procesos sociales y culturales que ayudaron a la región, apreciados por los pobladores, reconocimiento reflejado al llevar dos instituciones educativas del municipio sus nombres.



Fotografía tomada por el IMCY

7.4. La Imagen Dominante de Yumbo

Danzas

Este es otro elemento que la historia lo ha forjado como importante para las tradiciones socio-culturales de Yumbo, debido a su fortalecimiento e importancia en las actividades que se realizan, como ya se mencionó, eventos representativos como el Encuentro de Danza, la Semana de la Municipalidad y el día de la independencia, entre otros, la danza está presente, siempre importante en cada evento donde la tradición lleva a los habitantes a esperar que sea parte del espectáculo. Al igual que anteriores elementos, la administración municipal, se ha preocupado por influenciar e inculcar la práctica de la danza, abanderado principalmente por el Instituto de Cultura, además de personas que han conocido y sido parte de los eventos de la región, creando sus propios grupos dancísticos, quienes participan en las actividades locales y nacionales.

7.4.1. Industrialización de Yumbo

Información histórica del municipio

Para el municipio de Yumbo desde hace muchos años se le llama ante diferentes medios, y dirigiéndose a él como la Capital Industrial del Valle del Cauca; debido a las más de 3000 empresas que hoy se encuentran ubicadas en las afueras de la región. Región escogida desde hace tiempo como lugar idóneo para la ubicación de empresas promotoras de diferentes recursos, las cuales por vieron en Yumbo, un sitio útil para sus producciones, por contar con un línea férrea principal y conexión cercana con el puerto de Buenaventura. Con el pasar del tiempo el municipio se convirtió en cuna de empresas de gran producción, lo cual llevo a la región a identificarse en el Valle como Capital Industrial, por su fama, reconocimiento e importancia para el departamento y en especial para Yumbo. Esta imagen hasta hoy se conoce y se identifica para propios y externos como la más representativa.

En la búsqueda de la Información, se realizó la investigación de la historia del municipio vista desde su imagen determinada por el tiempo como “capital industrial del valle del cauca”, buscando en los registros históricos que se encuentran en los libros y documentos que han recopilado la tradición y el voz a voz, que hablan acerca de los inicios de Yumbo en

su industrialización y el reconocimiento como lugar propicio para albergar a las industrias y empresas del país, además de examinar en segunda instancia, si en los registro se evidencia si existe una primera identidad antes de ser reconocida como nicho propicio para la ubicación de empresas importantes para el desarrollo y sostenimiento de la nación.

7.4.2. Capital Industrial del Valle del Cauca

Gracias a que en el Municipio de Yumbo se empezaron a establecer empresas industriales en su territorio, dio lugar con ello a ser conocida como “Capital Industrial del Valle”. Así se denomina por Decreto del Alcalde Roberto Jaramillo Méndez producido el mes de Marzo de 1967.

Aquí se establecieron las industrias por razones que concurrieron para preferir esta ubicación. Yumbo por su parte adoptó la política de exonerarles de impuestos temporalmente, y hasta la fecha.

“Cementos del Valle” hoy Argos fue la primera. Entro a funcionar formalmente en Enero de 1941. Su ubicación en Puerto Isaac fue determinada por estar cercanos a las calizas de Mulalo y por la confluencia de carretera, ferrocarril y vía fluvial. Años después principiaron a instalarse en Menga las factorías de los afiliados a la Asociación de Pequeños Industriales (ACOPI), porque en tal paraje encontraron terreno de menor valor para establecer su Ciudadela, pues los precios de la tierra en Cali les resultaron exagerados, por tal razón la ubicación, que ha crecido con el paso del tiempo, para estar cerca de Yumbo, pero también de la ciudad de Cali. Estas Factorías de Acopi obtuvieron estímulo de parte de Yumbo exonerándoles de impuestos de industria y comercio durante doce años, el más largo tiempo de tal gracia. (Acuerdo No. 3 de Junio 30 de 1955)

En finales del año 1956 los establecimientos industriales fundados y en proceso de instalación sumaban diez y ocho (18). Seguiría en crecimiento, porque el radicarse aquí les era más favorables que en Cali u otros lugares.

Hubo iniciativas enderezadas a la

desmembración del territorio de Yumbo en favor de Cali, lo que fue causado por el aumento de industrias en jurisdicción de Yumbo, motivado por una desazón en Cali por no ser en su recinto donde se producía el incremento industrial. Lo que se hizo manifiesto en la sesión del Consejo Administrativo caleño el 21 de Agosto de 1956. Allí el Consejero Eduardo Buenaventura Lalinde avoco la cuestión del auge industrial de Yumbo en perjuicio de Cali, indicando el remedio de anexar el Municipio de Yumbo al de Cali, y así incorporar a este las empresas ubicadas en aquel. Argumentando que las Factorías establecidas en Yumbo hacían competencia a las fábricas instaladas en Cali; pues las de Yumbo estaban exoneradas de impuestos o los pagaban en cuantías inferior a la tributaria fijada en Cali, por lo cual a Yumbo había que fusionarlo con Cali para anular dicha competencia y así ayudar a los industriales de Cali. Ese día el Consejo Administrativo caleño aprobó proposición consignando su deseo de ampliar el lindero norte de Cali.

“Yumbo debe ser un barrio de Cali”, fue el título de la información que el día siguiente dio el periódico matinal caleño el País. Ese día 22 de Agosto, el Consejo Administrativo de Yumbo produjo su resolución No. 4, manifestando rechazar enérgicamente la extraña actitud del Municipio de Cali, por ultimo propusieron solamente anexar la zona ocupada con establecimientos industriales.

Debido a esto se llevó el caso al Consejo Administrativo Departamental, y lograron obtener paulatinamente la zona industrial del municipio de Yumbo, dándoles nuevos límites a Cali. Por su parte la ciudadanía de Yumbo suscribió manifestación al Consejo Administrativo Departamental en apoyo a la oposición formulada por los Consejeros y funcionarios municipales. Casi la totalidad de los vecinos se vincularon a la defensa de la integridad territorial del Municipio, como que apreciaron debidamente la gravedad de perder Yumbo la mayor parte de sus rentas.

La publicidad en los periódicos caleños dio lugar a que se tuviera como hecho cumplido el cambio de lindero entre los dos Municipios, o la incorporación de Yumbo a Cali. Por ello que en la segunda edición del Mapa del Departamento del Valle del Cauca en esos días hecha por el

reverendo Padre José Restrepo L. misionero redentorista

Esto generó varias opiniones, entre ellas personas sin vinculación con Yumbo como el doctor Julio César Mazuera Ayala expresando sus opiniones condenatorias en su periódico mensual FIAT - LUX, en la entrega de Febrero de 1957 diciendo, “somos caleños ciento por ciento. Pero el amor que le tenemos a Cali no justificaría jamás el que aplaudamos ni la piratería, ni el atropello en ninguna de sus manifestaciones”. Calificó de injustificada el quitarle a Yumbo los impuestos que pagaban

Yumbo”, dando la información relativa a que la Asamblea Departamental posiblemente debatiría esa cuestión en sus sesiones de este periodo que había comenzado el 1 de Octubre. Tal noticia dio lugar a inmediata reunión de ciudadanos yumbeños, con el objeto de acordar actividades conducentes a impedir el cumplimiento de la anunciada rectificación del lindero. Dispuso el comité concurrir a la sede del mencionado periódico en Cali a protestar contra el propósito de que informo el 20 de Octubre, y a exponer razones en favor de Yumbo; el comité y los ciudadanos se presentaron en tal sede el 21 de Octubre.



Imagen 53. Reunión yumbeños para rectificación del lindero Yumbo-Cali
Fotografía tomada del libro Memorias de Yumbo

las fábricas y expuso que Cali tenía casi todos los barrios “en el más espantoso y deplorable abandono”, y no podría convertir a Yumbo en “barrio elegante dotado de todos los elementos modernos”, como se le ofrecía.

Sin resolver esta disputa, con el paso del tiempo aparece una nueva publicación esta vez en el periódico el Relator de Cali, el día 20 de Octubre de 1958, y aparece “Rectificarán los límites entre los Municipios de Cali y

Los recibió uno de los cronistas, quien tomó nota de las inquietudes de los visitantes y las publicó el día 22 acompañada de la foto del grupo.

Los yumbeños en la disputa de su territorio, invitan a los miembros de la Asamblea Departamental a oír en Yumbo las razones que justificaban su actitud opositora. Con tal objeto concurrieron los miembros de la Asamblea al municipio el jueves 30 de octubre

de 1958 al mediodía. El lugar escogido fue el balneario el “Pedregal”, con asistencia de bastante personal de Yumbo y varios amigos de Cali invitados especiales. Los habitantes hicieron saber su posición y el apoyo para no perder el territorio en disputa. Los miembros de la Asamblea dieron una voz de aliento y respaldo para con los yumbeños, y concluido el acto, quedó la sensación de alivio reemplazando la desesperante tensión que soportaba la ciudadanía yumbeña.

Al siguiente día la Asamblea expresó: “La Asamblea del Departamento del Valle del Cauca, considera como falsa alarma la información que ha llevado la intranquilidad al prospero Municipio de Yumbo, sobre una pretendida alteración de sus linderos territoriales que han sido fijados por la tradición y por Ordenanzas Departamentales. Publíquese y comuníquese a la autoridades del Municipio de Yumbo.” Hubo por supuesto efectos de rencor hacia los miembros de la asamblea.

Se les censuró de no tratar lo relativo al caso Yumbo-Cali al tiempo que atendían el de Palmira-Candelaria; pero estos en su defensa dijeron “lo que el Departamento necesita es que sus nuevos legisladores, no toquen el clarín de la inconformidad vecinal, sino que dediquen el máximo sus inteligencias y esfuerzos, a encontrar la fórmula comercial para el Departamento negociar los productos de su industria licorera,....etc.”. Al año siguiente (1959) los periódicos “El Relator” y “El País” el 26 de Agosto, insertaron el acta relativa a la línea limítrofe entre los municipios. Allí se establecen los linderos entre Cali y Yumbo que fueron fijados por la Ordenanza Nro. 23 de 1911 y ratificados por la Ordenanza Nro. 40 de 1912.

Finalmente al darse los límites ya definitivos, seso la controversia entre Cali y Yumbo, esto permitió que el municipio no solo conservara sus terrenos, sino que gracias a poseer la zona industrial hoy en día es la mayor parte de los ingresos que sostiene al municipio.

7.4.3. Vigencia de la imagen para los yumbeños

Empleo VS Industria

Por muchos años se ha escuchado que Yumbo es conocida como Capital Industrial del Valle, esto por la historia que ha trascendido con el tiempo y por el fuerte acogimiento de cantidades de empresas que han migrado al municipio, reunidas muchas en parcelaciones o centros empresariales, que recogen alrededor de más de 3000 empresas.

Como ya se contó en capítulos anteriores, con la llegada de muchas empresas al municipio, llegaron a la población muchas personas de otros lugares cercanos y lejanos de Colombia, que con el tiempo se quedaron y formaron parte de la comunidad, para buscar oportunidad laboral, como se la ofrecieron a la población yumbeña, los primeros años de su formación como Zona Industrial;

Buscando en documentos, registros históricos, libros y demás medios que hayan servido como elementos recolectores de datos estadísticos y variables cuantitativas que permitan determinar cómo es la relación de la industria como medio de empleo para los habitantes, y determinar si hubo o hay una predominio laboral de yumbeños en la zona industrial que permita identificar si hay una relación más intrínseca de la imagen que tiene actualmente.

8. Capítulo III

Metodología para diagnóstico de la Identidad Cultural

En la búsqueda de los datos para este proyecto, se ha utilizado métodos como la etnografía, observación, trabajo de campo e investigación, debido a que la información tiene una variable fundamental que es el estudio de las formas culturales; las que son analizadas de manera grupal y no de su comportamientos individual, ya que no es el objeto de estudio, como ya se explicó en capítulos anteriores.

Los datos se recolectaron de variables más “etnográficas” por así llamarlo, es decir, obtenidos de observaciones, búsqueda en documentos pasados, bibliografía, indagación con fotografías, relatos o historias de voz a voz, datos estadísticos o reglamentarios de la administración municipal, entrevistas y encuestas hechas a la población.

Estos últimos, es decir la población, son los participantes de la cultura, que a su vez es la suma de las conductas sociales grupales, que trasgreden con el tiempo y son ellos quienes dan un resultado veraz de lo que para ellos serían las Formas Culturales, ya que hacen parte de esta. Por esto se determinó que el método de encuesta daría resultados más efectivos y claros para determinar los lineamientos que determinan la Identidad Cultural actual de Yumbo. Siendo el complemento de la metodología etnográfica, la entrevista y encuesta, siendo el primero la observación.

La encuesta puerta a puerta permitirá obtener datos más concretos de manera más específica de los yumbeños. Para realizarla se tuvieron en cuenta factores importantes para este proyecto, como el volumen de habitantes en este municipio, los cuales son alrededor de 107 mil personas solo en la zona urbana; y el otro factor ya mencionado anteriormente, es el análisis de las formas culturales que han permanecido

los últimos 10 años desde 2004 hasta el 2013, rasgos culturales encontrados en la Alcaldía y el Instituto de Cultura del municipio, ya que este periodo comprende una etapa municipal en que no hubo continuidad política, lo que llevo a cambios administrativos abruptos, incluyendo sectores como la cultura. Por consiguiente se establece que por motivos de tiempo para la recolección, cotejo, análisis y conclusión de los datos no era aconsejable extender la comprobación del proyecto para la totalidad de la población, concluyendo en que la aplicación de los datos y la encuesta sería más eficiente realizarla a un barrio a la vez, para así obtener datos más concretos de una generalidad, concentrándose en un pequeño grupo social, como los son los barrios. Para la muestra se toma un barrio de Yumbo, sin embargo este desarrollo investigativo permite replicar este mismo patrón, si se quisiera, para obtener la generalidad de todo el municipio, por eso se denominan como *Las Formas Culturales de la Identidad yumbeña*, aunque el análisis sea a una población en específico, esta hace parte de la totalidad, lo que permite que la información sea relevante, sirviendo como prueba de la aplicación del proyecto, siendo posible si se quisiera realizarlo a todos sus habitantes.

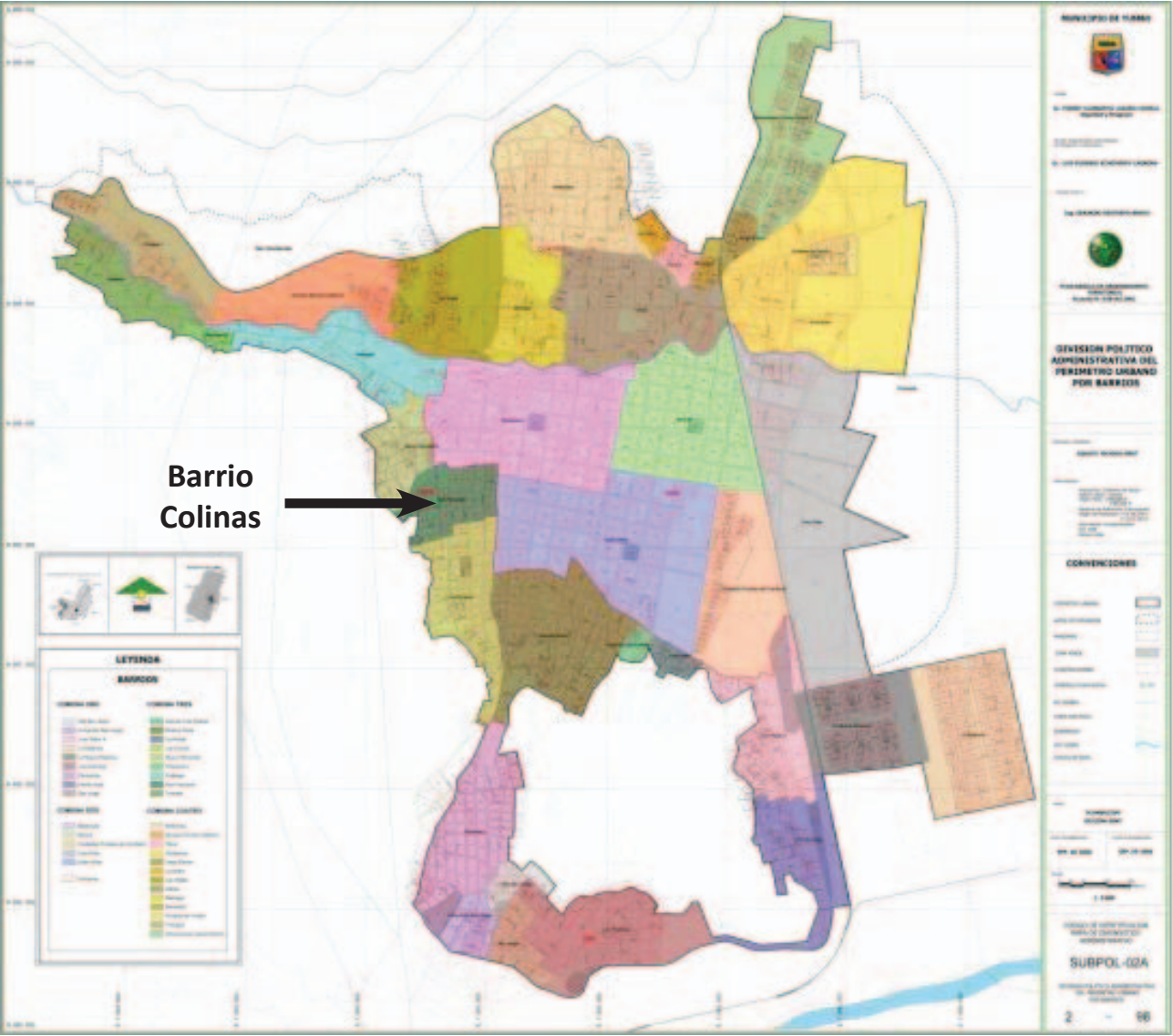
8.1. Análisis Identidad Cultural de Yumbo en el barrio Colinas

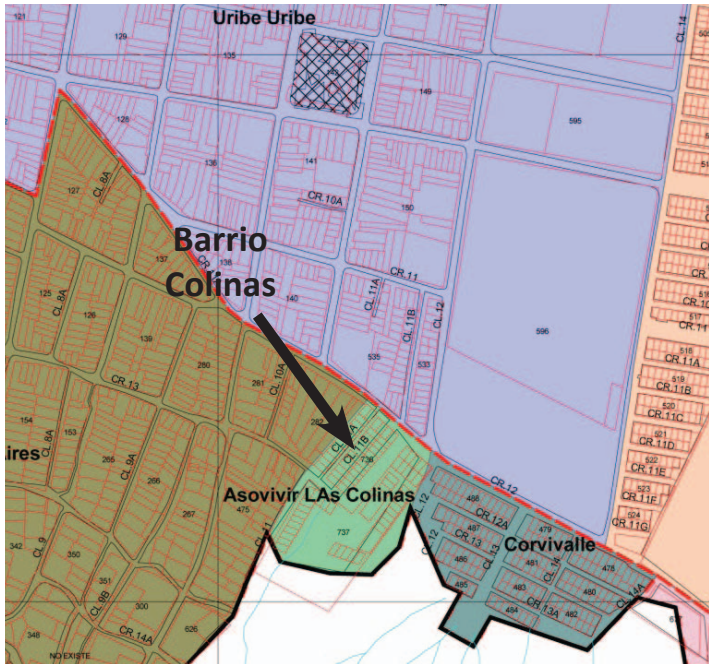
Como un parámetro para establecer que barrio seria encuestado, por la cantidad de barrios en el municipio y para evitar escoger uno al azar, se decide establecer un patrón claro, que debería ser un sector que no excediera mucho el tiempo de fundado, similar al rango de estudio de las formas culturales en la región; debido a que si fuera un barrio muy antiguo, tendría muy arraigada la tradición cultural ya que serían barrios cercanos al centro del municipio y si fuera muy nuevo no habría un concepto claro de las tradiciones del municipio, por ende al buscar barrios entre antiguos y nuevos, se encuentran barrios que están en un rango intermedio de creación, permitiendo un análisis más adecuado, ya que el tiempo promedio de 12 años de su creación, genera un factor interesante, donde se observa que tanto ha impregnado las tradiciones culturales en su sector, sobre todo en un

periodo en el que fue errático la estabilidad política del municipio, afectando hasta la realización o difusión de eventos culturales, claves de la región. Por consiguiente se encontró, que el municipio de Yumbo cuenta con 36 barrios, cuatro comunas, de las cuales solo 8 son barrios nuevos y para el 2012 - 2013 fueron inscritos en el plan de ordenamiento territorial a pesar de su antigüedad, además de estos 8 y según el patrón mencionado de este proyecto de análisis, se estudiaran las formas culturales más recurrentes los últimos 10 años entre los años 2004 - 2013, solo 3 barrios cumplen este rango los cuales se encuentran entre 11 a 14 años de creación, pero 2 de estos barrios se encuentran en zonas que se consideran de precaución, por ese motivo se escoge el barrio Asovivir las Colinas, conocido por los pobladores solo como barrio Colinas; el cual no solo se escoge por descarte, sino que este es el barrio es el que posee menos años de fundado, aproximándose al rango establecido.

El barrio Asovivir Las Colinas, o conocido como las Colinas, inicia con sus iniciales pobladores quienes decidieron comprarle este lote a un habitante que poseía todo el terreno a su nombre desde hace varios años, ya que era un antiguo ciudadano del municipio; decidieron entonces realizar la compra de la propiedad, y al hacerlo con el paso del tiempo las demás personas fueron adquiriendo los demás lotes. El nombre Las Colinas fue dado por motivo de que se realizaría un encierro de las casas, similar a un conjunto cerrado, que al final no se dio, y desde entonces este barrio residencial ya ha crecido con el paso del tiempo.

Imagen 7. Mapa Zona Urbana de Yumbo Suministrado por la oficina de planeacion CAMY





En un sondeo inicial realizado en la población se averiguo que este barrio es de estrato 2; la mayoría de las personas trabajaban en semana, la mayoría de empleos en empresas privadas, en funciones principalmente como obreros, operarios u oficios relacionados; hay alrededor de 8 manzanas, con 95 casas entre sencillas y de dos plantas, conformadas por un grupo familiar de padre, madre e hijo(s), generalmente mayor ó menor de 20 años y niños pequeños; en cuanto a la relación de la zona céntrica y comercial del municipio se encuentra a una distancia 1.5 km, en barrios aledaños hay pequeñas tiendas y mini comercio de artículos de variedades; cerca de este encuentra uno de los parques e iglesias principales, el Parque Uribe Uribe y la iglesia San José Obrero. También se encuentra uno de los colegios públicos importantes de Yumbo, el colegio Mayor y un Colegio Privado Comfandi y Cencoy, y finalmente este barrio está cerca de la autopista y salida principal hacia la ciudad de Cali.

8.2. Método de Encuesta

Para realizar el método de la encuesta primero se realizó una visita al barrio, para determinar la cantidad de casas, las cuadras, calles y realizar un sondeo en la población para determinar un promedio de la cantidad de habitantes y que día sería el más propicio para encontrar a la mayoría de los ciudadanos y realizar la encues-

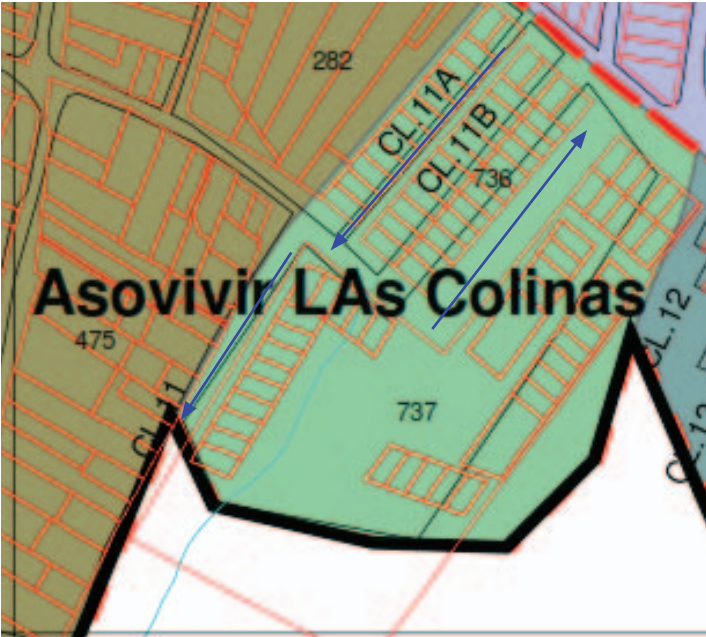
ta. Como se dijo anteriormente la mayoría de los habitantes trabajaban de lunes a sábado; los grupos familiares la gran mayoría, conformadas en promedio de 3 a 4 personas, usualmente 2 adultos, un joven, un niño o dos menores, y alrededor de 95 casas; teniendo estos datos previamente referenciados, se determinó que la mejor opción era realizar la encuesta, debido a que este método se complementa con el método etnográfico de observación y que permite por la cantidad importante de casas adquirir concretamente una respuesta más personal y determinante.



Las encuestas se estipulan realizarse en un tiempo estimado de 4 días, 2 sábados y 2 domingos respectivamente, debido a que se lograría encontrar a buena parte de la población ya que no estarían laborando y al número de habitantes por casa, se haría en el horario de 9:00 a.m. a 3:30 p.m. con descanso de 30 minutos por el tiempo de almuerzo, concluyendo que es un horario flexible y que no llegara a incomodar a los habitantes. Según los datos se encuestarían alrededor de 285 personas en los 4 días, serian 72 personas aproximadamente a encuestar por día, por ende se haría entre dos encuestadores y un encargado del registro fílmico y fotográfico si es el caso.

El barrio tiene 5 manzanas, cuatro calles y tres carreras, por ser un barrio con casas ubicadas irregularmente es decir no están ubicadas en un orden claro, sino que hay casas que están alejadas de otras, se decide iniciar en primera calle de izquierda a derecha, seguidamente la calle que esta de frente a esta, al salir estaría la primera carrera que es corta y termina

hasta la segunda calle, bajando por esta hasta una carrera angosta que divide esta calle y subiendo por una calle que está en medio de esta, nos devolvemos y culminamos la calle anterior y finalizamos encuestando la última carrera que se encuentra al iniciar el barrio, se haría de la siguiente manera:



Como ya se mencionó se realizaran las encuestas entre dos personas y una encargada del registro fotográfico, audio y fílmico si fuera el caso, por esto al pasar por cada calle, se dividirá uno en cada lado de fila de casas, y en las calles que solo tienen una fila se irá uno antes que el otro, así se avanzaran paralelamente y cubrirá más rápidamente el barrio.

La encuesta busca tener una perspectiva más exacta y el punto de vista de quienes viven la cultura yumbeña día a día, que son sus habitantes; son ellos quienes determinan cuales son los elementos que los identifican y reconocen como rasgos culturales. El propósito de este método es solo realizar las preguntas, sino realizar una entrevista breve, donde en cada pregunta se pueda realizar una pequeña opinión a parte de la respuesta. Por ser un barrio conformado por familias de 3 a 4 personas conformadas generalmente por un joven, las entrevistas se realizara a personas en edades entre 20 y 60 años que se encuentren en el barrio, esta edad es adquirida por la etnografía realizada en el barrio, en los eventos folclóricos y religiosos del municipio. El propósito con este rango de edad, es conocer el pensamiento de los jóvenes y ver si continúa la tradición cultural yumbeña de los adultos.

Para los análisis finales es indiferente el sexo, la profesión o nivel educativo que tenga el entrevistado, aunque haya una pregunta que lo específica, solo es para determinar y clasificar mejor los resultados según su nivel educativo y observar la percepción, pensamiento e impacto que tienen determinados factores en la población.

Puntos de la encuesta:

El propósito de cada pregunta es resolver diferentes puntos que se han planteado en transcurso del análisis etnográfico de la identidad cultural de Yumbo y que se exponen en el proyecto para ser definidos.

El primer punto se llama “contexto histórico”, para tener datos específicos de la persona entrevistada, como ¿hace cuánto que vive en Yumbo?, ¿Hace cuánto vive en este barrio?, el nivel educativo, sexo y edad; Se llama contexto histórico porque el objetivo es tener estadísticas concretas de las personas del barrio, para tener claro el impacto y la pregnancia de la cultura por haber vivir poco o bastante en el municipio y más aún si es de otro lugar de procedencia.



Imagen 54. Entrevistando a habitantes del barrio Colinas

El segundo punto se llama “Imagen de Yumbo”, el propósito es determinar según la experiencia y vivencia del entrevistado con la cultura yumbeña, obteniendo la imagen y percepción que tiene sin opciones predispuestas, por ende para obtener su visión del municipio, se le indica a la persona que dibuje lo primero que se le viene a la mente, al igual que una palabra con el mismo objetivo. Así comprobar las opciones dadas del imaginario de las personas y corroborar si hay o no repeticiones.

La tercera pregunta se denomina “Formas que representan la Cultura yumbeña”, en esta parte ya se exponen las opciones resultantes de la investigación de las formas culturales, es decir se determinan los tres elementos que exponen los rasgos de la cultura yumbeña; esos elementos son los monumentos, la religión y eventos o festividades.

Se busca entonces es que las personas al igual que en la pregunta anterior, mencionen los elementos que se les ocurre pero en cada opción dada, permitiendo a la persona que nombre lo que recuerde, o lo que se le viene a la mente, corroborando formas culturas ya mencionadas en el proyecto, y además comprobar el imaginario colectivo, determinando después del análisis estadístico de los resultados, la opción más pregnante para definir finalmente los lineamientos de la cultura de Yumbo.



La cuarta pregunta es llamada “Medio de Comunicación”, y se hace pensando en la segunda parte como propósito final de intervención del proyecto. Es importante determinar esos lineamiento que sean representados de alguna manera para que sean a conocidos por la población, esta intervención se realiza para mostrar un ejemplo o uso de lo que se puede hacer con los resultados obtenidos de los lineamientos culturales, definidos por el estudio de los rasgos culturales de Yumbo y ser usados en diferentes métodos que permitan el reconocimiento de la identidad cultural del municipio y fortalecer el conocimiento a la población de esos rasgos que se han posicionado en la actualidad en el municipio.

El método que se estableció en este proyecto es la utilización de *sistemas de comunicación visual*, donde estos diferentes medios comunicativos permitan la difusión de los lineamientos, escogido por ellos que consideren el mejor para representar la imagen resultante de las encuestas. Se propone entonces cinco sistemas comunicativos más conocidos o comunes en la actualidad para ser representadas.

El primero es una representación arquitectónica como un Monumento o escultura; un logotipo y/o señalética; material POP como afiche, plegable o pasacalle; medio audiovisual como un videoclip o mini documental; medio sonoro como un aviso por radio y finalmente una imagen didáctica y decorativa como un mural artístico; las personas puede escoger una o varias respuestas para ver las más populares o conocidas por ellos y determinan solo la que mayor puntaje reciba.

Finalmente la quinta pregunta, llamada “Capital Industrial del Valle del Cauca”, tiene como propósito comprobar un punto primordial en el proyecto, que se menciona en el capítulo II de este documento, citado como *Imagen Dominante*. Consiste en verificar, primero si Yumbo es reconocida Zona Industrial es decir a predominado con el paso de los años esa identidad, y también saber si la población tienen conocimiento de la denominación que se le ha dado a la región de Capital Industrial del Valle del Cauca.

Y lo segundo, es mostrar si ese reconocimiento es debido a: 1. Las empresas que existen

en el territorio yumbeño; 2. Porque se haya establecido por la tradición desde los inicios de la historia como zona industria y los cambios que produjo en la región con la llegada de las empresas; 3. Si esta imagen de Capital Industrial es a causa de que los yumbeños trabajan o se benefician en dichas empresas del municipio.

Estos tres factores se ponen en consideración de las personas encuestadas, siendo esta pregunta de múltiple respuesta, para comprobar si la población considera que hay más de una razón y al final definir la más mencionada por ellos.

8.3. Evaluación de los rasgos culturales identitarios de yumbo

La encuesta se realizó según lo determinado en páginas anteriores. Se encuestaron a 240 personas, entre un promedio de edad de 34 años. Se encontraron casas donde solo había una persona, o no querían ser encuestados por diferentes motivos, pena, falta de tiempo o ya se había encuestado a alguien de la casa y consideraban no era necesario su opinión.

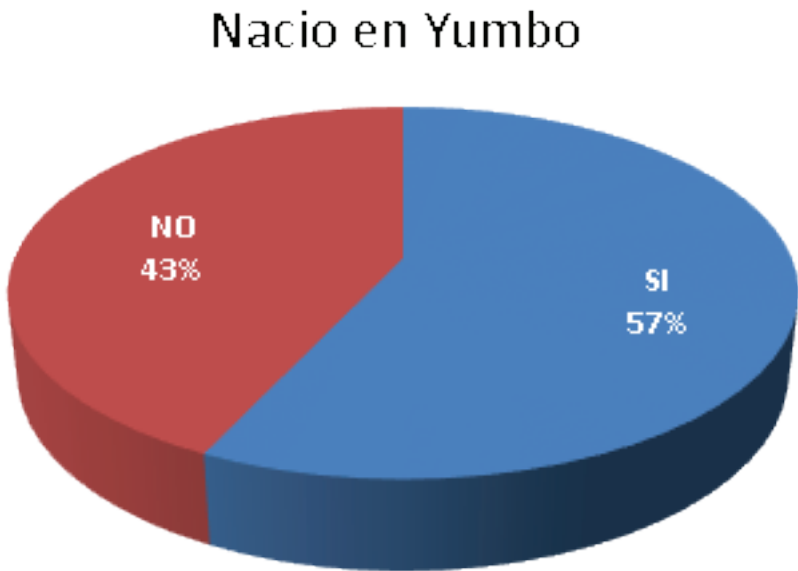


En los resultados se obtuvo variedad de respuestas, en especial en las que eran subjetivas y no poseía ninguna respuesta en especial, y hubo preguntas en que se adquirirían respuestas constantes. A continuación se describirá las respuestas de cada pregunta, mencionando las dos primeras respuestas más populares de los encuestados:

I. Para la primera parte de la encuesta denominada “Contexto Histórico”, se obtuvieron los siguientes resultados:

1. A la pregunta ¿Nació en Yumbo?

Del total de las personas encuestadas de 240, 122 personas respondieron que SI nacieron en Yumbo equivalente a 57%, y 118 personas respondieron NO nacieron en Yumbo equivalente a 43%.

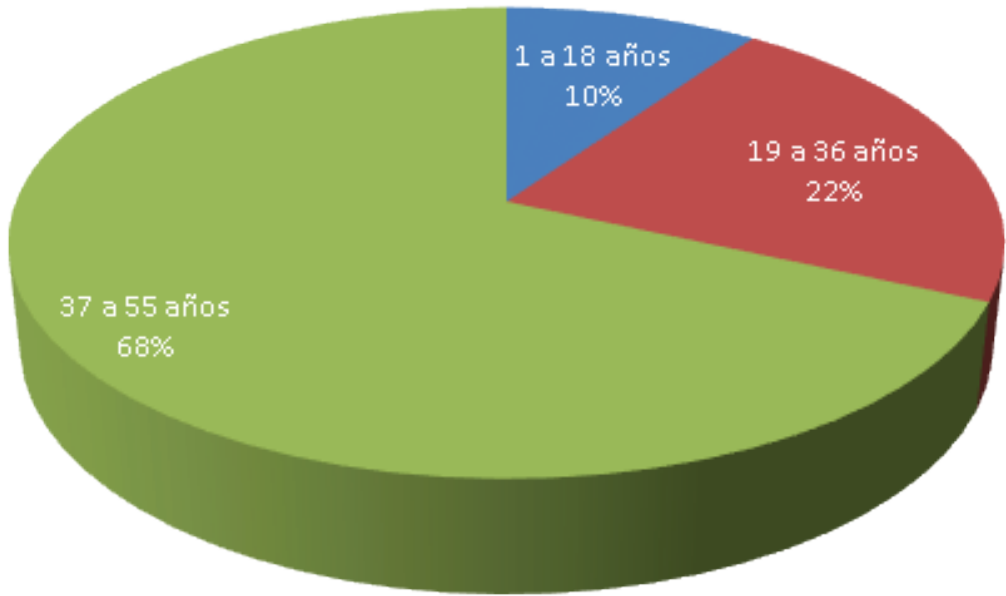


Gráfica 2. Estadística ¿Nació en Yumbo?

2. A la pregunta ¿Hace cuánto que vive en Yumbo?

El promedio de tiempo de vivir en Yumbo se dividió en tres partes, generalizando los que poco han vivido es decir que lleven entre 1 mes y 18 años con 11 meses, los que han vivido moderadamente más tiempo es decir, entre 19 años y 36 años con 11 meses y los que llevan muchos años en el municipio entre 37 años hasta 55 años, el promedio fue suministrado teniendo en cuenta el registro de la persona que más tiempo lleva en Yumbo, la cual fue de 55 años; con este valor se decide dividir en 3 partes para determinar los valores entre las tres variables ya mencionadas anteriormente. Siendo así se concluyó que 49 personas viven en Yumbo entre 1 mes y 18 años equivalentes al 20,4%; 110 personas viven en Yumbo entre 19 y 36 años equivalentes al 45,8%; y finalmente 81 personas viven en Yumbo entre 37 y 55 años equivalentes al 33,8.

Tiempo de vivir en Yumbo

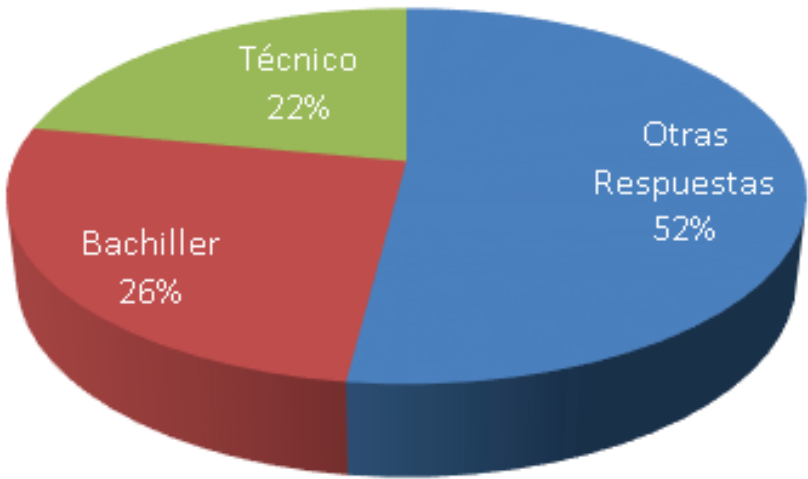


Gráfica 3. Estadística ¿Hace cuánto que vive en Yumbo?

3. A la pregunta ¿Qué nivel educativo tiene?

Bachiller fue la que más porcentaje obtuvo, 63 en total para un porcentaje equivalente del 26,2%; mientras que el segundo más seleccionado fue Técnico con un total de 54 personas, con equivalencia del 22,5%.

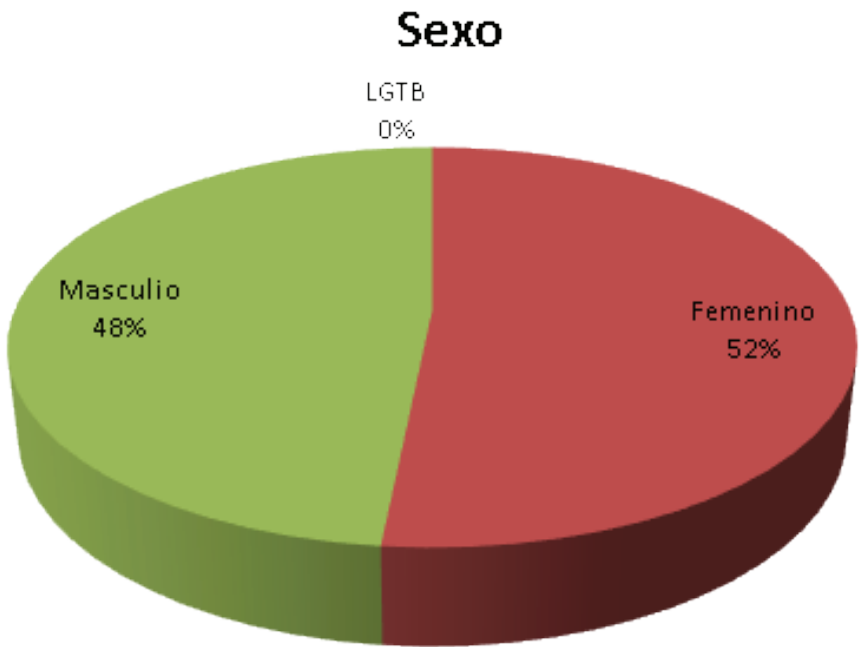
Nivel Educativo



Gráfica 4. Estadística ¿Qué nivel educativo tiene?

4. A la pregunta ¿Sexo?

Femenino fue la que más personas tuvo, 124 en total para un porcentaje equivalente del 51,6%; mientras que la opción masculino tuvo un total de 116 personas, con equivalencia del 48,4%, la opción LGTB no obtuvo resultado.



Gráfica 5. Estadística ¿Sexo?

5. A la pregunta ¿Edad?

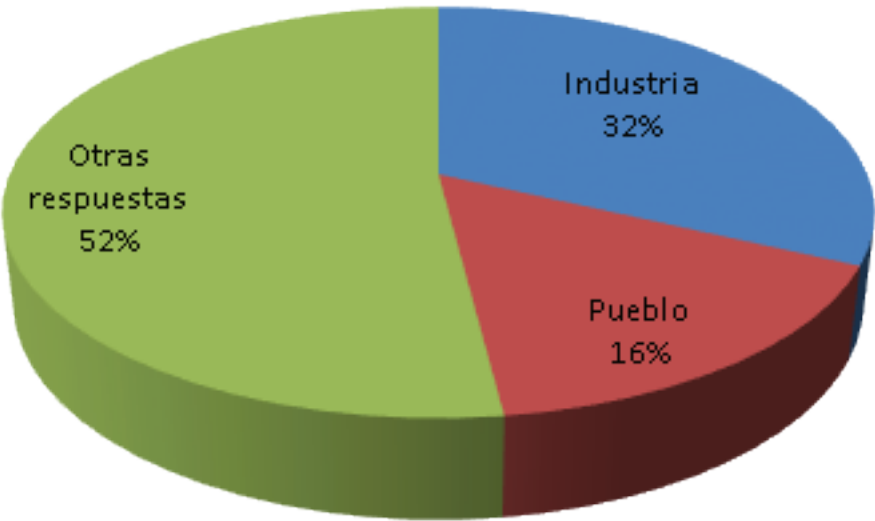
El promedio de edad de los encuestados es de 34 años, siendo de 20 años la edad más baja y 55 años la edad más alta.

II. Para la segunda parte de la encuesta denominada “*Imagen o Visión de Yumbo*”, se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta ¿Cuándo mira o hablan de Yumbo, que PALABRA se le ocurre?

Industria fue la que mayor frecuencia de respuesta tuvo, seguida de términos similares como Zona Industrial, empresas e industrializado, 76 encuestados en total para un porcentaje equivalente del 32%; mientras con mayor frecuencia fue Pueblo con palabras similares como población y pueblo natal, con un total de 38 personas, con equivalencia del 16%.

Primera PALABRA que se le ocurre de Yumbo



Gráfica 6. Estadística ¿qué PALABRA se le ocurre?

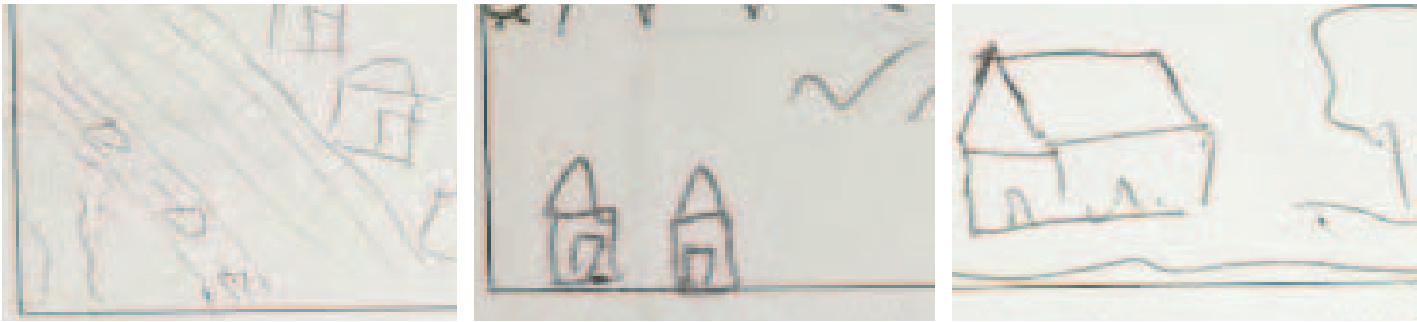
A la pregunta ¿Cuándo mira o hablan de Yumbo, que IMAGEN se le ocurre?

En esta pregunta al realizar el dibujo, se le indagaba a la persona lo que hizo para determinar más precisamente que era lo que realizó, esto para evitar interpretaciones equivocadas a la hora de realizar el cotejo de la información; Industria fue la que más personas dibujaron, obteniendo dibujos similares como engranes, fabrica echando humo y manos del monumento a la industria, 72 encuestados en total para un porcentaje equivalente del 30%; mientras que el segundo más dibujado fue una o varias casas, con un total de 38 personas, con equivalencia del 16%.

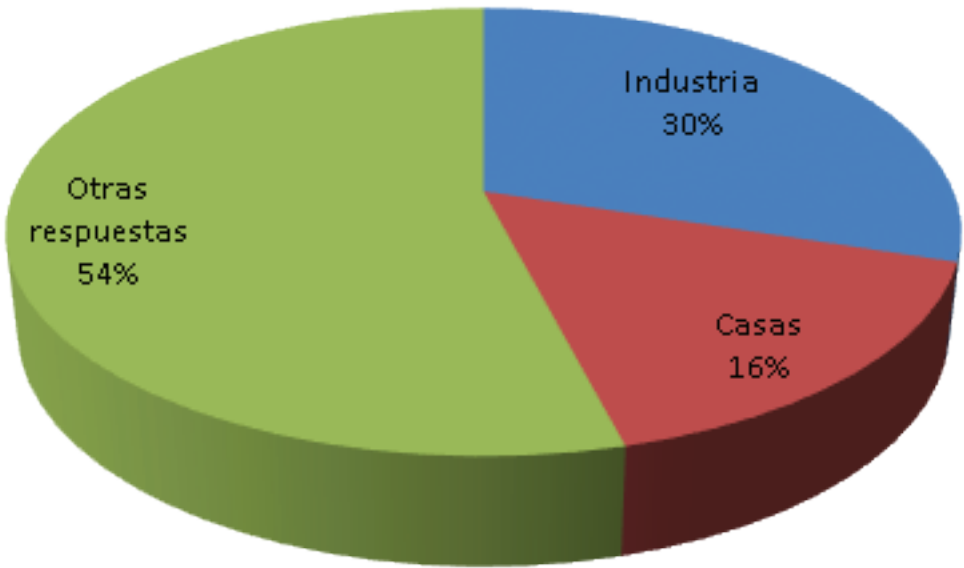
Industria:



Pueblo:



Primera IMAGEN que se le ocurre de Yumbo



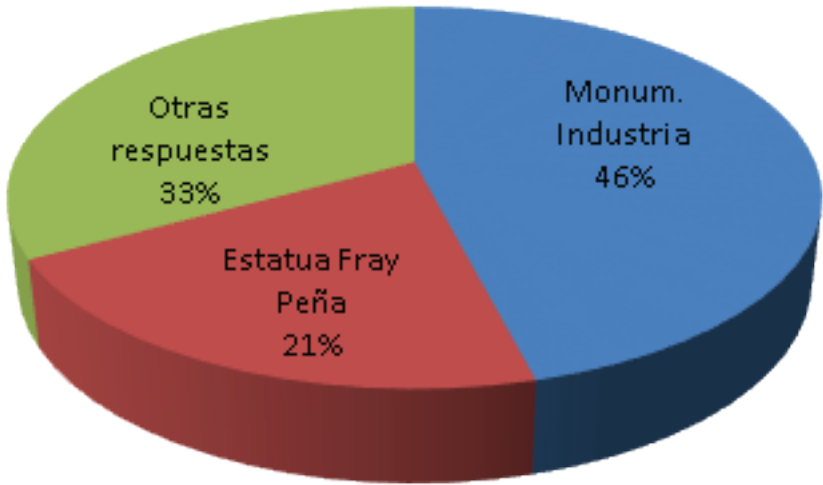
Gráfica 7. Estadística ¿qué IMAGEN se le ocurre?

III. Para la tercera parte de la encuesta denominada “La Cultura Yumbeña”, que se divide en tres secciones *Monumento*, *Religión* y *Celebraciones* se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo?

Monumento a la Industria fue la de mayor frecuencia, 110 encuestados en total para un porcentaje equivalente del 46%; mientras que el segundo con más frecuencia fue estatua de Fray Peña, con un total de 50 personas, con equivalencia del 21%.

Monumento mas representativo

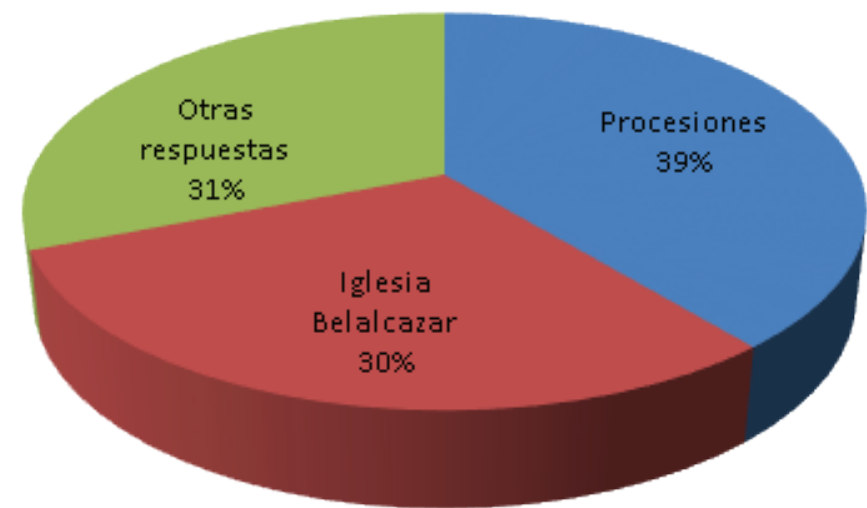


Gráfica 8. Estadística ¿MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo?

A la pregunta ¿Qué representa o como se representa la RELIGIÓN en Yumbo?

Procesiones fue la que más frecuencia obtuvo, obteniendo palabras similares como semana santa, estatuas, imágenes, cargas santos, 93 encuestados en total para un porcentaje equivalente del 39%; mientras que el segundo más frecuente fue Iglesia Belalcázar, con palabras similares como iglesias católicas, iglesia principal, con un total de 72 personas, con equivalencia del 30%.

Imagen representativa de la RELIGIÓN

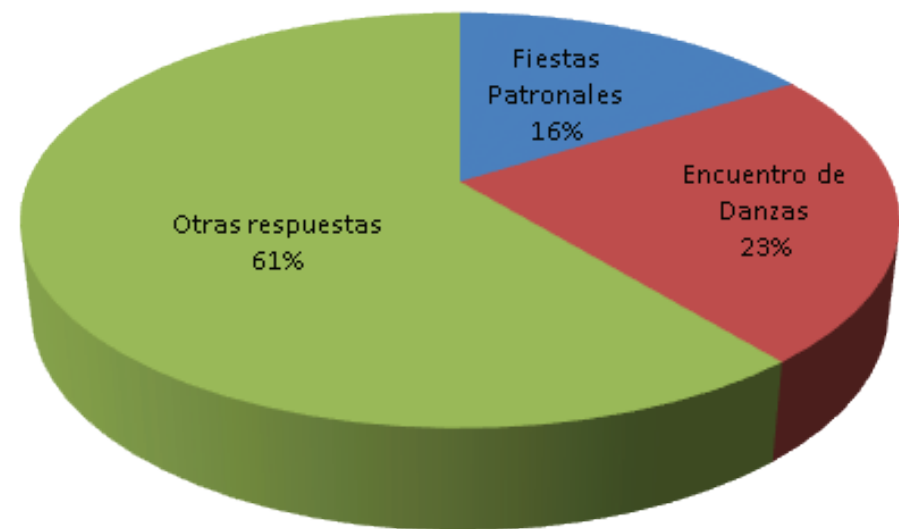


Gráfica 9. Estadística ¿Cómo se representa la RELIGIÓN en Yumbo?

A la pregunta ¿Qué EVENTO o CELEBRACION representa a Yumbo?

Encuentro de Danzas fue la que más frecuencia obtuvo, con una palabra similar como danzas, 60 encuestados en total para un porcentaje equivalente del 23%; mientras que el segundo con más frecuencia fue Fiestas Patronales, con un total de 33 personas, con equivalencia del 16%.

EVENTO representativo del municipio



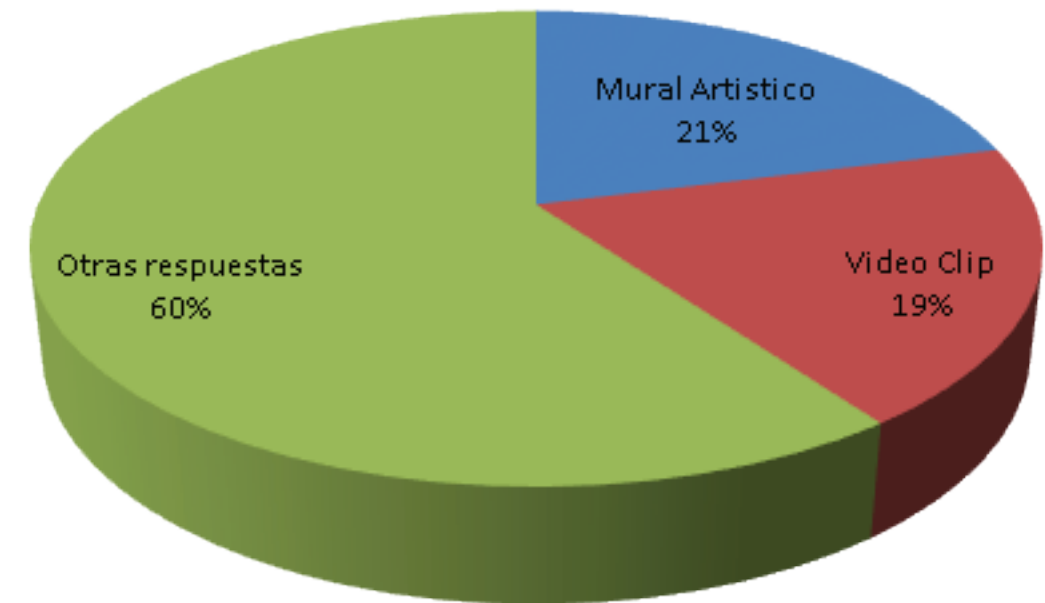
Gráfica 10. Estadística ¿EVENTO o CELEBRACION representa a Yumbo?

IV. Para la cuarta parte de la encuesta denominada “Medios de Comunicación”, se dieron 6 opciones de respuesta permitiéndoles a los encuestados que eligieran más de una. Las opciones dadas sin ningún orden específico son: *Monumento o Escultura, Logo y/o señalética, Aviso por radio, Videoclip o Mini-documental, Material Publicitario (afiches, plegables, pasacalle, etc.) y un Mural Artístico*. Con estos sistemas comunicativos se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta ¿Si se buscara fortalecer la Cultura y el reconocimiento del municipio a nivel interno y nacional, cuál o cuáles de los de los siguientes medios comunicativos cree que ayudarían a lograrlo? (*selección múltiple*)

Se alcanzó un resultado general de 486 diferentes respuestas, debido al ser una pregunta con múltiple respuesta, se obtuvo un 78% de personas que seleccionaron 2 respuestas, 13% de personas seleccionaron 3 respuestas y 8% de las personas solo selecciono una respuesta. Con estos datos se dio como resultado, Mural Artístico que fue la que más frecuencia obtuvo, equivalente a 50 encuestados para un porcentaje del 21%; mientras que el segundo más frecuente fue Video Clip, con un total de 46 personas que lo escogieron, equivalente al 19%.

Sistema Comunicativo

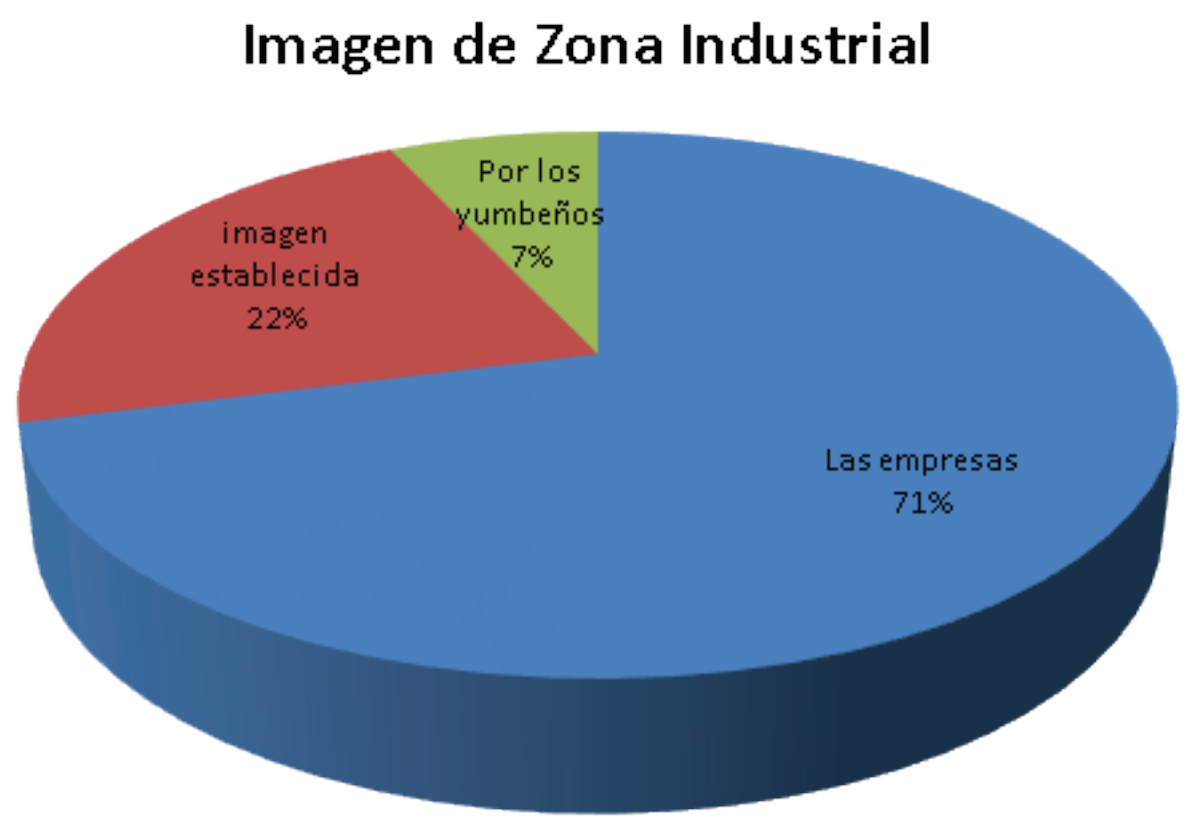


Gráfica 11. Estadística ¿Medios comunicativos que ayudarían?

V. La quinta parte de la encuesta denominada “*Capital Industrial del Valle del Cauca*”, que consiste en determinar para la población si la imagen dada como Zona Industrial del Valle o Capital Industrial, es por: *Una imagen establecida con el tiempo, por las empresas, por los yumbeños que trabajan en la zona industrial*. Esta pregunta también es de múltiple respuesta, se obtuvieron los siguientes resultados:

A la pregunta ¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (3 opciones de respuesta, de selección múltiple)

Se alcanzó un resultado general de 250 diferentes respuestas, debido al ser una pregunta con múltiple respuesta, 96% de las personas seleccionaron 1 respuesta y el 4% de las personas seleccionaron 2 respuestas. Con estos datos, la respuesta *Por las empresas* fue la que más frecuencia obtuvo, 170 encuestados para un porcentaje del 71%; mientras que la segundo más frecuente fue *una imagen establecida con el tiempo*, con un total de 53 personas que lo escogieron, equivalente al 22% y la última opción *por los yumbeños que trabajan en la Industria*, tuvo 17 personas, equivalentes al 7%.



Gráfica 12. Estadística ¿La imagen de Zona Industrial es por motivo de?

8.3.1. Conclusión de los resultados

Como se describe, se encontraron similitudes en secciones de preguntas con o sin opción de respuesta, evidenciando una línea que determina variables concretas. Se concluye entonces para el barrio Colinas:

- En la primera parte se evidencia que es poca la diferencia de personas nacidas en Yumbo y las que no, aunque debido al promedio de años viviendo que es del 80 % equivalente a los 19 y 55 años de estar en el municipio, se posible establecer que en el tiempo mínimo de vivencia en Yumbo 20 años se llegan a conocer tradiciones, eventos y elementos icónicos del municipio, sea por reconocimiento, participación o voz a voz, permitiéndole a los habitantes que no son del municipio lleguen a conocer estas cosas e incluso se sientan como parte de la región, dicho por algunos encuestados. Esto se pudo observar en las respuestas de las siguientes partes de la encuesta, donde a pesar de preguntar temas relacionados con la cultura a personas que son o no yumbeños, las respuestas fueron en su gran mayoría similares. En cuanto al promedio de edad, aunque hubo variedad de personas se entrevistaron más personas de edades superiores a los 30 años, indicando en este barrio el predominio de personas es joven - adultas y adulto - mayor. En el nivel educativo hay más población que solo tiene bachiller que técnicos, tecnólogos e universitarios, la mayoría de estas personas bachilleres laboran en empleos como operarios, aseadores y amas de casa en la zona industrial. En el sexo hubo casi equivalencia en los encuestados entre mujeres y hombres, esto indica el análisis pre-encuesta realizado, donde se determinó que en la mayoría de los grupos familiares del barrio estaba compuesto por parejas e hijo.
- En la segunda parte, que consistió en determinar a primera instancia lo que para las personas significa o representa Yumbo, en una imagen y una palabra; en esta parte se concluyeron datos similares y determinantes para el objetivo de este proyecto. Predominaron las palabras,

Industria referente a la zona industrial y las empresas del municipio, y pueblo refiriéndose a la imagen que refleja la infraestructura, las vías, y demás elementos estructurales como casas y edificios que conforman la organización de la población en general.

En la sección de la *imagen*, se dieron similitudes significativas con la sección *palabra*, para este caso se dibujaron las imágenes empresas que se refieren a la industria del municipio y la otra imagen se dibujaron fue la referente al pueblo, representando la infraestructura que se observa a los habitantes, de caserío y la población que rodea tanto la parte externa de la región como interna, determinando que el municipio no posee una condición estructural de edificios o grandes edificaciones que posee una ciudad, y refleja las zonas laderas con abundante población de condiciones de estrato medio y bajo, el reflejo de la gente, el pueblo, las familias.

Esto permite concluir que las personas tienen presente la imagen construida de industria, empresas o zona industrial que posee la región, y otras tienen presente la imagen de pueblo, caserío, al parecer, según como dijeron algunas personas encuestadas, del contraste entre la Industria que rodea a la región y pueblo, con la infraestructura que no tiene de ciudad, que demuestra además la cantidad de habitantes que tiene la región reflejado por esta imagen, mostrando su gente, y el eje social que rodea por la región.

- En la tercera parte, que consiste en determinan elementos culturales de tres factores determinados anteriormente en el proyecto, que son monumento, religión y evento. En el monumento la más nombrada fue el Monumento a la Industria que se encuentra en la entrada Cali - Yumbo, en el sector conocido como Cencar, imagen representativa del referente histórico municipal y nacional de Zona Industrial; este resultado ratifica la parte anterior de *la primera imagen y palabra*, donde demuestra el arraigo de la industria como visión principal para los encuestados. El otro monumento que fue nombrado es la

Estatua de Fray Alfonso de la Concepción Peña, ubicado en el parque principal de Yumbo, el cual posee un significado histórico representativo para los yumbeños, como ya se ha descrito en páginas anteriores de este documento (Capítulo II, punto 6.3.2 en Monumentos), y hace parte de esa visión religiosa que se observó en las encuestas que se explicaran en las siguientes parte. En religión la más nombrada fue procesiones, donde las personas se referían a actividades religiosos como semana santa, con los desfiles que se realizan en este evento, indicando las imágenes y las personas que hacen la función de cargueros, todo esto con la connotación religiosa desde la palabra “Procesiones”; la según opción más escogida fue la Iglesia del Parque Belalcázar, esta elección define la intención religiosa como conclusión clara de la fuerte predilección de los habitantes por los elementos que hacen parte del tema religioso; esta iglesia, construida desde los orígenes del municipio, se convirtió rápidamente en un lugar representativo de la época, por su construcción, su ubicación en el Parque Central, su importancia histórica, además de los sacerdotes que dejaron huella y formaron parte de decisiones, construcciones y actividades importantes de la región. Finalmente en esta parte en la determinación de las formas culturales para la comunidad, el evento que más representativo son las Fiestas Patronales que se realizan en Yumbo, las cuales fomentar y fortalecen desde su creación la cultura religiosa y recordar al patrono del municipio desde tiempos pasados, y es el Señor del Buen Consuelo, quien es el invitado principal en la celebración de este evento, que se realiza a mediados del segundo semestre del año; gracias al sacerdote Fray Alfonso Peña y a la máxima visita de peregrinos de otros lugares en aquella época origino y motivo a los Yumbeños a tener su propio Patrón. El otro evento es el encuentro de danzas, que sin lugar con su XVI versión, ha tenido acogida y participación municipal y nacional, siendo uno de los eventos principales que año tras año realiza la alcaldía municipal, con un gran despliegue publicitario, logístico y artístico.

- La cuarta parte busca determinar un sistema comunicativo por el cual fuera posible difundir, si fuera el caso, los rasgos culturales de Yumbo resultantes de este proyecto. De las opciones dadas la que mayor elección obtuvo fue el Mural Artístico, considerada por quienes la escogieron como la mejor opción, un método no solamente que serviría como decorativo para el barrio, sino que sería algo, dicen ellos, que perduraría, siendo visible constantemente por los pobladores y quienes pasen por el lugar, ubicado estratégicamente para su observación. La segunda opción más escogida fue Video Clip, los encuestados determinaron que este también sería un medio que su difusión seria asertiva y masiva, es decir, que logra ser publicado por televisión, internet, redes sociales, proyecciones en escenarios u otros lugares, y que este podría llegar a muchas personas al hacerse un esparcimiento adecuado.
- La quinta parte de la encuesta busca determinar una componente importante del proyecto, y es establecer si la imagen del municipio de *Capital Industrial* continua su vigencia en la comunidad y si lo reconocen como tal o es algo dado por los entes gubernamentales; por ende se planteó esta interrogante en la población con tres opciones obtenidas de la indagación de las posibles razones de esta denominación al municipio. La opción más elegida fue *Por las empresas*; debido a que en el territorio yumbeño hay gran variedad de empresas algunas de grandes compañías como Bavaria, Postobon, Aldor, Cementos Argos entre otros, los encuestados definieron que esta gran cantidad de empresas ubicadas tanto fuera como dentro de la ciudad, influyen en la determinación de que Yumbo sea conocida como Capital Industrial, además de la historia del municipio que respalda su nombramiento como zona de ubicación de la industria colombiana, la cual es la segunda opción más escogida que se refiere a esto como *La imagen establecida*; quedando en último lugar la opción de *Por los yumbeños que trabajan en las empresas*, siendo la menos popular debido a el escepticismo, según los pobladores, por la poca contratación y personas que trabajen del municipio en las empresas yumbeñas, muchos comentaron que son pocas las que

poseen personal de Yumbo y lo saben por amigos, familia y vecinos que si lo hacen y se dan cuenta que son caleños u otros lugares la mayoría del personal, la colectividad de los encuestados aseguraron trabajar en la ciudad de Cali, incluyendo a personas que llevan poco tiempo en Yumbo, e indican que ha sido difícil que sean contratados en las empresas de la región.

Entre los resultados de los encuestados se afirmaron conceptos históricos que se observaron de las formas culturas existentes investigadas, que hoy día son promovidas por la población y la administración municipal. Uno de ellos las empresas, aunque se hablara en el siguiente capítulo de este punto, está claro que Yumbo continua con su tradición cultural conocida tanto interna y externamente como Capital Industrial del Valle, permitiendo establecer la veracidad de dicho concepto impregnado en los yumbeños, tanto nuevos como antiguos. Sin embargo otro factor importante que se logró determinar con la encuesta, es la fuerte cultura religiosa que se fundamenta en la sociedad yumbeña, en especial por las personas mayores de 35 años quienes mantienen con mayor frecuencia las tradiciones religiosas y su importancia, respaldado no solo por los eventos, esculturas, edificaciones de importancia religiosa para los pobladores, sino que esta tradición es fundamentada por la historia que precede la cultura religiosa del municipio, iniciando desde sus orígenes con la llegada de los españoles al territorio, continuando con las diferentes intervenciones, participaciones, decisiones y construcciones importantes para Yumbo, llegando hoy día a la importancia y masiva participación de eventos típicos en la región como la semana santa y las Fiestas Patronales; estos factores llevan a establecer que el municipio posee una tradición religiosa importante que no ha sido aún determinante para ser parte de la imagen global identitaria del municipio como lo son las empresas tanto interna como externamente.

En general los resultados de la evaluación etnográfica según el cuestionario que se hizo de la identidad cultural de Yumbo para el barrio Colinas, se puede determinar que este municipio, para los habitantes de este sector, es reconocida por ellos como Zona

Industrial, fundamentalmente definida por las empresas que hay en la región, aun con su poca relación laboral, según los habitantes, con los yumbeños; además se encontró un nuevo rasgo cultural, que parecía ser pasivo, pero latente en las tradiciones de la región, el cual es la cultura religiosa, refiriéndose a la dedicación y euforia que se ve reflejada en los eventos de esta índole, como las semana santa, las fiestas patronales (evento propio), en época navideña e incluso en actividades realizadas en la celebración de los cumpleaños del municipio, denominada *Semana de la Municipalidad*; esta forma cultural se refleja igualmente en la importancia de monumentos representativos de la región, como lo es las 13 iglesias y capillas que se encuentran por toda la región, en especial la Iglesia del Parque Belalcázar, la primera iglesia importante del municipio, y sus monumentos por así llamarlos, del Señor del Buen Consuelo, insignia de la iglesia, patrono yumbeño e imagen de Fray Alfonso Peña, uno de los sacerdotes más importantes y significativos en el desarrollo, progreso y mejoramiento de la región. (véase pág. 109). Otro factor clave dado por la investigación fue la parte dancística y cultural conocida por la población del municipio, superando en los resultados a los eventos religiosos, por su auge e impacto en los pobladores; se trata del Encuentro de Danzas Folclóricas Nuestra Tierra, evento que se realiza anualmente en el mes de junio, el encuentro que consta de presentaciones de grupos de danzas no solo municipales, sino invitados nacionales e internacionales; además la danza hace parte fundamental en variedad de actividades que se celebran, donde se tiene como espectáculo importante dentro de otras actividades, una muestra de danza para el disfrute de los asistentes. Esto permite ver que los habitantes encuentran este rasgo representativo del municipio. Aunque las encuestas y entrevistas sugieren que es una forma cultural que aún no es tan arraigada como si lo es la industria o incluso la religión. En este proceso investigativo realizado a la comunidad, también se identificó un valor de reconocimiento infraestructural de la región; para los entrevistados, el municipio conocido como zona industrial, es visto como un “pueblo”, no solo al hablar de Yumbo, sino que al preguntarles que imagen se les ocurría al pensar en el municipio, muchos lo describieron como “un municipio de muchas casas, de un pueblo sin grandes edificios”, con pocas o casi ninguna

estructura que haga referencia a una ciudad, como por ejemplo Buga, Tuluá o incluso Palmira, lugares que poseen igual o mayor población, pero que no cuentan con un ingreso económico tan eficaz como la industria que posee Yumbo, los pobladores entrevistados mencionaban que “...siendo un lugar con tantas empresas, porque las calles feas?, la poca inversión en el municipio?, es todavía un pueblo”. Por ende fue claro para los encuestados ver la imagen de pueblo en el municipio, y se convierte en otro factor que identifica la región, podemos decir que Yumbo es un “Pueblo Industrializado”.

Se puede concluir entonces que para los pobladores del barrio Colinas, Yumbo se identifica principalmente por sus empresas e industria; luego por su religión, que contempla eventos como las Fiestas patronales y semana santa, además de sus iglesias en especial la del Parque Belalcázar y su patrono; después su parte dancística, con la celebración del Encuentro de Danzas; y por ultimo su visión de pueblo, donde su zona urbana está rodeada de muchas casas o “caseríos”, sin edificios.

Finalmente se determina que las formas culturales o lineamientos que identifican la cultura yumbeña son la **Zona Industria** como su imagen más fuerte con sus empresas, seguido de su tradición dancística con el **Encuentro de Danzas**, continuando con las tradiciones, eventos y monumentos **religiosos** del municipio y finalizando con la visión de Yumbo como “gente”, familia y variedad racial que se encuentra con el concepto de **pueblo**.

8.4. Evaluación imagen actual

Es claro el impacto de las empresas en la región no solo por su historia, sino que ha sido respaldada por la migración de grandes empresas y la creación de parcelaciones empresariales en la zona industrial yumbeña; además de la importancia no solo porque es una zona que permite la oportunidad laboral para yumbo y regiones aledañas, sino que también su gran aporte económico, que en parte permite

la sostenibilidad del municipio en cuestión. Sin embargo para los yumbeños existe poca relación de estas empresas con el municipio en el ámbito laboral, según los pobladores, ya que en la zona industrial se encuentran pocas personas que están vinculadas a ellas, y son más de otras ciudades en especial de la ciudad de Cali; estos datos son conocidos por ellos, ya que tienen alguna relación personal, familiar, un compañero, amigo o vecino que pertenece a dichas empresas, y de voz a voz se comenta entre los habitantes esta diferenciación laboral con los yumbeños.

A pesar de dicha diferenciación que se reflejó en las encuestas y comentarios de los habitantes, reconocen de igual manera no solo en las entrevistas, sino reflejado en los resultados, que la imagen dominante continúa siendo la Industria, es decir que Yumbo es la Capital Industrial del Valle del Cauca, para los pobladores. Esto indica que sigue latente esta forma cultural, que impregna la concepción interna de lo que significa Yumbo para los habitantes, a pesar de dicha enemista laboral, que para los habitantes existe. Es decir que no importa si la identidad cultural no hace parte de la sociedad, refiriéndonos a que no pertenecen o participan de la representación cultural, siempre y cuando esta permanezca latente, reflejándose en medios más físicos y menos intangibles, que permiten que ese factor los represente aunque no hagan parte de él, pero que con el pasar del tiempo y la tradición lo convierten en la identidad de una comunidad. En este caso, los medios físicos son las empresas en la región y su tradición como zona para las industrias, que ha fortalecido ese lazo con el municipio y que promueve su validez como forma cultural de Yumbo.

8.5. Lineamientos de la identidad cultural yumbeña

El análisis realizado en este proyecto por medio del método etnográfico de encuestas y entrevistas a la población arroja como resultado que los lineamientos que representan a la cultura del municipio en la actualidad son,

La Zona Industrial y sus empresas, conservando el título dado de *Capital Industrial del Valle del Cauca*, siendo este la forma cultural más representativas, también se encontraron otros factores influyentes y que determinan de igual manera la visión de los pobladores sobre el municipio, estas otras características de la identidad de la región son el factor de *Pueblo*, es decir la mirada de Yumbo como pueblo, de gente, de la abundante familia que reflejan los caseríos que rodean a la región y esto se respalda con el otro factor el cual es *Casas*, refiriéndose al mismo punto ver el municipio como pueblo y no como ciudad refiriéndose también a la falta de una infraestructura y la inmadurez estructural de la región, que la lleva a ser vista como un “pueblo” a pesar de sus más de 150 años de creación y su principal fuente de ingresos que son las empresas entre grandes y pequeñas que conforman el capital económico del municipio, criterio principal de inconformidad visto en las entrevistas realizadas a los pobladores. Otros factores fueron la parte dancística que hace parte de Yumbo en sus actividades y eventos más representativos como el Encuentro de Danza, la municipalidad, además de las festividades religiosas que se celebran en el municipio.

8.5.1. Resultados del Análisis

Finalmente como resultados se definen entonces cuatro lineamientos definidos por la imagen y la visión que estos generan en la población y que trascienden en la identificación y relación que existe entre los pobladores y la región, que llevan a fortalecer la apropiación de la identidad cultural que tengan por el municipio. El lineamiento principal es: *la zona Industrial - empresas* y los lineamientos secundarios pero muy relevantes como ya se dijo son: la imagen de *pueblo* acompañado de la característica estructural de ver muchas casas y pocos o ningún edificio que permitiera ser visto como una ciudad, visto además desde este concepto de pueblo como la gente, de familia, de variedad racial que posee la región; y el otro elemento es la parte

dancística, la cual se ha fortalecido con el paso del tiempo, siendo parte de eventos importantes que se celebran, al igual que festividades y actividades religiosas. A continuación se describirán las formas culturales definidas anteriormente para concluir los resultados de las encuestas y la relación actual y verídica que poseen con el municipio.

8.5.2. Empresas

Este lineamiento de la identidad cultural, no solo fue el resultado de las encuestas hechas, sino que es una imagen que ha trascendido con el paso de los años, debido a factores sociales, políticos y económicos que permitieron que Yumbo se convirtiera en eje principal para la ubicación de grandes empresas nacionales e internacionales; esto como ya se ha dicho en páginas anteriores, permitió que se fomentara el reconocimiento como tal de la región, fortaleciéndose por la avalancha de personas de diferentes partes que buscaban empleo, reconociendo el territorio como cuna de empresas y fuente de trabajo. Por estas razones es que ha permanecido esta forma cultural como resultado, latente en los ciudadanos.

8.5.3. Tradición Dancística

Como se observó en los resultados de las entrevistas y encuestas, para la población la danza, el folclor colombiano, hacen parte de la tradición yumbeña, fortaleciéndose a través de eventos primordiales en la región como el Encuentro de danzas, que año tras año se realiza, con invitados nacionales e internacionales, mostrando la importancia de estas expresiones en el municipio. La tradición dancística en la región incluso se ve reflejada

con la participación de grupos de baile en variedad de eventos y actividades que se realizan en la región, haciéndose presente en las Fiestas Patronales, en la Semana de la municipalidad e incluso en el día de la Independencia del País, mostrándose como un acto importante en la realización de las festividades de la región. Así que este factor de la danza y el folclor, es una forma cultural que en menor manera, pero con gran relevancia, hace parte de lo que identifica la imagen cultural del municipio.

8.5.4. Religión

La religión es un factor que se vio reflejado en las respuestas como parte fundamental de la tradición yumbena, pero que a pesar de su alta tradición histórico no solo en la región sino en el país, este no ha sido un factor de exaltación o de exhibición para darlo a conocer fuera del territorio, como si lo ha sido la industria e incluso eventos culturales como el encuentro de danza y el encuentro de música, que al igual que la religión se ha hecho despliegue publicitario hecho por la Alcaldía, para difundirlos estos festividades culturales, al igual que los componentes que lo conforman, como eventos, monumentos, estructuras y demás; Esta importancia se ve incluso en su contexto histórico influenciado por el fenómeno religioso desde la llegada de los españoles, hasta la aparición frecuente de la iglesia, en especial de curas y sacerdotes que han pasado, ayudando en hechos históricos importantes que permitieron el crecimiento del municipio.

8.5.5. Pueblo, casas, gente

Estos conceptos han sido una gran manifestación. Aunque con diferentes significados, se relacionan mutuamente debido a la determinación de los términos que connotan un mismo reconocimiento que tiene para los pobladores, refiriéndose al municipio, como ellos mencionan con una imagen que posee Yumbo en ser más pueblo que ciudad, fundamentado en la apariencia de las calles, el transporte, centros recreativos y sobre todo por el “caserío” que encierra al municipio, que sugieren una visión de pueblo, que conlleva a una visión de gentío, de sobrepoblación, de diversidad de personas que habitan la región, además por el hecho de que al municipio, desde sus comienzos como zona industrial llegan variedad de personas y razas, es busca de oportunidades laborales. Por ende apareció esta imagen de pueblo-gente, de diversidad racial que tienen los pobladores, que concluye en otro lineamiento con menor fuerza pero que está latente en el pensamiento de los yumbenos de los encuestados, como parte de la imagen del municipio.

9. Capitulo IV Etapas Proyectual

En esta etapa se realiza el proceso resultante del diagnóstico de la encuesta en el punto 4 denominado medios de comunicación; en este punto se buscó determinar según la población cuál de los medios que se listaban sería el más indicado para fortalecer y dar a conocer la identidad y sus formas culturales. Cabe anotar que este punto fue creado con un propósito de proyección que permitiría realizar un ejemplo de cómo se pueden utilizar los lineamientos o Formas Culturales resultantes de este proyecto y observar su impacto.

Para los habitantes del barrio Colinas de Yumbo a la pregunta, de cual sistema comunicativo sería el más idóneo, determinaron que el mural artístico lo es para tal fin; por ende en el proyecto se hará una propuesta visual de cómo sería esta representación de los lineamientos ya mencionados en un contexto físico. Este intervención se realiza como un valor adicional para este proyecto, es decir ya concluyendo los lineamientos identitarios, se busca usar estos como ejemplo utilitario en un sistema comunicativo elegido por los mismos encuestados del barrio, con esto se pretende que la investigación acerca de la identificación de las Formas Culturales de Yumbo, puede ser utilizadas en un medio que permita su divulgación y conocimiento entre la población como en este caso el mural artístico, para permitir el conocimiento y reconocimiento en los habitantes de los rasgos culturales que proporcionarán la imagen e identidad de Yumbo, siendo la etapa final de esta tesis, mostrando la usabilidad de los procesos teóricos y etnográficos para la identificación de los lineamientos culturales de una región, pudiendo corroborar si genera algún tipo de impacto en la población, algo que se evaluara en el siguiente capítulo de este documento.

Representación de los lineamientos de la Identidad Cultural de Yumbo

Como se mencionó en el capítulo anterior, los lineamientos que se representaran son la Industria (empresas), la danza (expresiones dancísticas), la religión (iglesia, eventos, monumentos), el concepto de pueblo (gente, diversidad/caserío).

Lo anterior se expondrá en un mural artístico el cual deberá de tener determinados elementos no solo estéticos, sino conceptuales y logísticos. Es importante resaltar que esta intervención es un elemento que hace poco o nada utilizado en la región, como ya se ha mencionado en los antecedentes, en especial para representar la cultura e identidad yumbena, pudiendo llegar a ser, tal vez, una manera novedosa y diferente de mostrar lo que es Yumbo; aunque esto solo lo determinara el análisis final de esta etapa.

9.1. Medio de representación y metodología de la intervención

El medio de representación seleccionado *Mural Artístico*, se denominó de esta forma haciendo alusión al uso de pinturas u otros materiales, sobre estructuras o superficies solidas de edificación especialmente paredes o muros; aunque la definición de mural artístico conlleva a una serie de analogías y conceptos existentes, que hacen alusión a diferentes tipos de definiciones ideológicas y composicionales, no es de momento para este proyecto analizar a fondo estas definiciones, debido a que esta etapa solo es una representación u ejemplo, si quisiera llamarse, de cómo podrían usarse los lineamientos culturales obtenidos, siendo irrelevante el análisis teórico de este medio, no se mirara si para las personas representa o no un mural artístico, si está bien estructurado, ni hacerle análisis de su composición estructural y demás; para este caso solo se observará el impacto que pueda generar en las personas de manera visual y persuasiva, de los elementos que aparecerán en la obra, analizando su familiaridad e identidad del concepto allí expresado, como resultado del cumplimiento de los objetivos de este documento ya expuestos.

En otro aspecto el uso esta palabra *Mural Artístico* dentro de las encuestas realizadas a los habitantes, es debido a la cercanía y popularidad de esta frase entre las personas del común, encontrando frases similares para ellos como pintura mural, decoración mural o simplemente mural.

Entonces, es claro que las diferentes variables y conceptos que conlleva el uso de este medio pueden generar disyuntivas a la hora de

entender la conceptualización y desarrollo de la intervención; pero es preciso enfatizar que solo nos orientaremos a tres aspectos claros, que se encuentran en las representaciones de este tipo, que hemos denominado como *conceptualización, logística y estética*, que explicaremos a continuación

9.1.1 Aspecto de conceptualización

La conceptualización se refiere a, todo el proceso que se ha realizado durante el desarrollo de este documento y que culmina con la definición de los lineamientos identitarios culturales que han sido definidos por los mismos habitantes; nos referimos a los conceptos de industria, religión, pueblo y danza elementos principales para el punto de partida de lo que será plasmado en este mural. Para esto será de vital importancia puntos de las encuestas como, *la primera imagen y palabra que se le ocurre de Yumbo*, ya que se observaron rasgos propios de dichos lineamientos, ayudando a determinas la mejor manera de ser representadas, y que serán importantes a la hora de iniciar en el desarrollo y bocetación de lo que será el mural.

9.1.2. Aspecto logístico

Este aspecto engloba diferentes elementos indispensable para la construcción del mural, se podría decir que, sin este no sería posible su realización. Ya que nos referimos a todos los elementos logísticos que implican su desarrollo, como la ubicación del lugar pertinente, ubicación del espacio para la proyección, tipo de pintura, tamaño del diseño, y demás aspectos determinantes para la proyección y visualización de la imagen hacia los transeúntes.

9.1.3. Aspecto estético

En este punto nos referiremos a la estética sin profundizar en el concepto, es decir hablamos del enfoque visual, artístico o decorativo que consideren en la imagen, determinando a grandes rasgos un gusto, agrado o desagrado que produzca en los transeúntes en la composición y el diseño.

9.2. Resultados y propuesta para mural

Resultado aspecto conceptual

Como ya se ha mencionado, según las conclusiones y estadísticas resultantes de las encuestas, es claro que deben de aparecer los lineamientos resultantes en el diseño; uno de ellos es la Industria, que hace alusión a las empresas y el monumento a la industria que aparece en la zona industrial; otro elemento que es importante ubicar en la composición, nos referimos a la parte dancística, que aunque no fue un factor determinante, hace parte de la tradición cultural del municipio, rasgo latente en el municipio y que aparece en diferentes celebraciones, eventos y desfiles que se realizan en la región, además de las actividades religiosas. También debe de aparecer la visión de pueblo, de gente que tienen los habitantes del municipio representada especialmente por los caseríos, que reflejan la cantidad de habitantes y la diversidad de personas que se observan en la región.

Con estos valores podemos iniciar un proceso concienzudo de lo que identifica a la región, que permite la construcción y el diseño de lo que debe ser plasmado en el mural, refiriéndonos aquí al aspecto conceptual.

Resultado aspecto logístico

Por otro lado encontramos el aspecto logístico, que como ya se dijo se debe tener claro factores como, la ubicación del lugar sea pertinente, siendo un lugar propicio y autorizado para dicha realización, un lugar que además sea visible y que pueda ser vista por transeúntes a pie o en algún medio de transporte, sin mayor esfuerzo.

En este aspecto, y debido a la magnitud de lo que conlleva la realización de un mural, tanto por el tiempo y por costos, se buscaron diferentes maneras para realización de la intervención, consultando ayudas en entidades públicas y privadas y a personas que quisieran realizar un aporte con el ánimo de mostrar a la comunidad yumbeña, una

representación artística de su cultura. Como resultado se conoció que la Universidad del Valle con sede en Yumbo, quería realizar una intervención artística tipo mural en una de las paredes del nuevo edificio de salones que se construyó en convenio entre la institución y la administración municipal, que sería inaugurado para darlo a conocer oficialmente a la comunidad.



Imagen 55. Vía principal por donde se ubica el muro a pintar
Fotografía Edward Ramirez

Se concreta entonces realizar la intervención del mural en la universidad, con el fin de diseñar una intervención artística para el reconocimiento de los rasgos identitarios culturales actuales del municipio de yumbo a través de un mural que visibilice la misión y visión de la Sede Regional -Yumbo, articulando y alineándose con los propósitos de la Universidad del Valle, que pretende visibilizar el conocimiento en resultados de investigación, proyectos en desarrollo, creación artística o aplicación de conocimiento, en los ámbitos de la ciencia, la cultura y el arte, la técnica, la tecnología y las humanidades.

El proyecto Interdisciplinar que gesto la Univalle de Yumbo, fue dirigido por el Profesor FERNANDO FRANCO, Director Regional de la Sede, con la participación de la Profesional RUBY GRISALES Coordinadora del Área Cultural División Cultural de Bibliotecas Biblioteca Mario Carvajal y la Profesora DIANA PAOLA VALERO Coordinadora de la Oficina de Extensión Facultad de Artes Integradas, que

en calidad de directora de este proyecto de grado del Programa de Diseño Gráfico se retomaron los lineamientos resultantes, de esta investigación y resultados encontrados de la identidad cultural yumbeña, la cual sería parte de la intervención en el edificio y sería realiza en conjunto con el Egresado JESÚS DAVID RODRÍGUEZ Director del Colectivo Gráfica Mestiza y los Artistas invitados MARIO WIZE y asistente Oscar Arango “Chagü”, quienes bocetaron, proyectaron y desarrollaron el mural artístico, teniendo como base los conceptos de identidad cultural determinados de esta investigación, además de elementos que se relacionaran con la universidad, todo en una sola composición.

Este mural se realizó como ya se mencionó, en las instalaciones de la universidad del Valle que está ubicada en la calle 3N 2N-17, lugar que posee una vía por la cual es la salida y entrada vehicular primordial para el transporte público que sale de la zona norte de la región, además esta vía se conecta con la carrera principal que conecta con el parque Belalcázar, siendo paso importante para las personas que quieren llegar a la zona céntrica y comercial del municipio, por ende, este sitio se considera idóneo, además de que la pared a intervenir posee espacios visibles y con una gran extensión para realizar la proyección del diseño, la cual la hace más llamativa, haciendo fácil su visión.



Imagen 56. Vía importante para el paso del transporte



La pared en la que se hizo el diseño, posee una extensión grande tanto en altura como en largo; esto es fundamental debido a la importancia en el impacto que se pueda transmitir por medio del tamaño de la proyección. Esto permite que las personas que pasaran por el lugar a pie o en vehículo, puedan divisar fácilmente y sin esfuerzo la imagen que sea plasmado. La pared tiene una dimensión de 12 metros de alto por 4,5 metros de largo, estas dimensiones permiten que se realice una proyección idónea para un lugar donde pasaran transeúntes y conductores.

Definiendo este factor clave para la proyección del diseño, ahora nos enfocaremos en los materiales con los cuales se realizó la composición en el mural. El tipo de pintura que se uso debía ser una pintura especializada, la cual no es fuera lavable y perdurara por mucho, siendo resistente al sol y la lluvia. Los materiales usados fueron: pintura de diferentes colores. (Vinilo agua tipo 1), barniz poliuretano para piso, laca automotriz, además de elementos básicos como tinner (industrial), rodillos de espuma, brochas y extensores, entre otros materiales.

El trabajo se realizado en aproximadamente 2 semanas. En las cuales se hizo un registro, no solo al desarrollo y ejecución del mural, sino también de impresiones y comentarios de las personas que pasaron por el lugar, y conocer la opinión de los transeúntes, para conocer si este método escogido por los ha-

bitantes del barrio colinas y las formas culturales que ellos definieron son los lineamientos correctos que representan la identidad cultural del municipio, y además si son fácilmente reconocidas en las imágenes que se plasmaran en el mural. Estas conclusiones se expondrán más adelante del documento.

Resultado aspecto estético

Este último elemento mencionado en el aspecto estético, es clave en el proceso creativo del diseño que será plasmado, nos referimos a las imágenes y su nivel representativo que deben tener, que según lo expresado por los artistas, el objetivo es que la imagen final, contenga lustraciones que sean fáciles de identificar, que los rasgos culturales establecidos por los pobladores sean claros. Por ende es importante recalcar que teniendo claro lo anteriormente mencionado, las imágenes icónicas representadas no tendrán un nivel alto de abstracción y no serán imágenes irregulares o subjetivas, serán más figurativas, es decir que su significado y simbolismo se contemple fácilmente en su diseño, como por ejemplo una iglesia se verá como tal, o personas danzando se verán como similares, sin poseer rasgos estéticos indefinidos o confusos, ya que el objetivo no es tener percepciones subjetivas de las personas, sino por el contrario conclusiones claras de la imagen y de los lineamientos culturales determinados y sean entiendas como tal, sin dar opciones para interpretaciones.

Aunque es claro, que el diseño está abierto a interpretaciones en el concepto y en su estética, pero el enfoque que se busca en la intervención es el de mostrar las formas culturales del municipio, tratando de controlando estas variables con el estilo de las imágenes figurativas, aunque es probable que se den comentarios, interpretaciones o conclusiones de la composición, pero que puedan estar dentro del concepto y el objetivo de la propuesta grafica que se realiza en el mural, debido al establecer un patrón concreto en el diseño, como ya se ha mencionó.

Teniendo claro los parámetros de espacio, ubicación, tamaño y materiales, se mostrara el desarrollo del diseño y ejecución del mural artístico, dividiendo este proceso en fases

que desglosaran y mostraran paso a paso el proceso y resultados de la intervención.

9.2.1. Fase 1: Creación



Bosquejo inicial de cómo se distribuirían los conceptos

En esta fase hablaremos del bosquejo inicial y análisis primario de la composición que se plasmara en el muro. Teniendo como base el estudio icónico y representativo de las formas culturales determinadas en la investigación, analizando los elementos que conformaran la composición, y la ubicación de estos dentro del diseño, los artistas determinaron niveles jerárquicos, según el orden de importancia y teniendo presente los resultados de la investigación. Además de definir colores, construcción, estilo y estética de la composición en general.

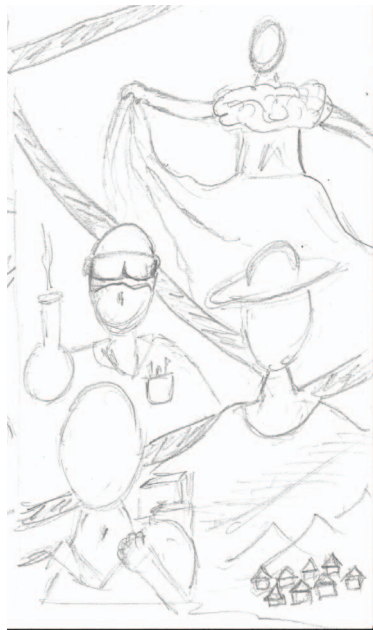
Teniendo en cuenta lo mencionado, iniciaremos definiendo la estructura, formas y propuesta de los artistas, teniendo en cuenta los parámetros que ya se han citado:

Como ya se ha dicho los rasgos culturales definidos por la comunidad yumbena son, la industria, la imagen de pueblo y las representaciones dancísticas que se conjugan con las festividades y religión; sin embargo, es importante aclarar que otro factor en el desarrollo del diseño son los expuestos por la Universidad, que es la educación. Teniendo en cuenta estos elementos los elementos que exponen los artistas para la proyección

del mural son: La industria, como eje principal, de la composición, relacionándolo a la vez con los factores educativos que ofrece la Universidad, también el concepto de “pueblo”, la danza, la flora y fauna, y deporte que posee la región. A continuación se muestra el diseño y se menciona la descripción del proyecto de intervención en el mural de la Universidad del Valle sede Yumbo.



Boceto inicial



Boceto inicial



Imagen 57. Boceto a color

La anterior imagen es el bosquejo realizado por el artista invitado Mario “Wize” Salcedo, junto con la colaboración de los asistentes Oscar Arango “Chagü”, Jesús David Rodríguez del grupo colectivo Gráfica Mestiza, y Edward Ramírez quien realiza este proyecto de grado, donde se tuvieron en cuenta los elementos resultantes de las formas culturales de esta investigación y la representación educativa de la Universidad.

El diseño del mural fue una propuesta en común acuerdo entre la Universidad sede Yumbo, artistas invitados e investigador de esta tesis, partiendo de dos conceptos principales “Educación e identidad cultural del municipio de Yumbo”. Finalmente se escoge la imagen de una joven en primer plano como elemento principal de la composición, representando tanto a la diversidad racial como la comunidad estudiantil quien tiene su morral abierto, del cual emanan letras, lápices, escuadras, borradores, herramientas básicas del conocimiento que a medida que va subiendo a través de la pared de 12mt de alto se va fusionando en un collage de personajes y vegetación, seguido en forma ascendente de ilustraciones que representan el progreso de Yumbo con la ayuda de la industria, que comúnmente se representa por arandelas y maquinas pero que en este caso, el enfoque se centró en el talento humano que está detrás de esas máquinas, operando, creando, direccionando, yumbeños que con una muy buena capacitación (con ayuda de la educación y los programas que ofrece la universidad) van a lograr ocupar papeles importantes dentro de las industrias de la zona.

Además de los conceptos de tecnología, informática, la ciencia, el deporte, el folklore y el arte que hacen parte de la composición y se unen en una proyección del sueño yumbeño al que le apunta la Universidad del Valle con su granito de arena en la región a través de sus programas académicos y sus nuevas instalaciones.

9.2.2. Fase 2: Bocetos

Los artistas como se ha dicho, tuvieron en cuenta los factores que se identificaron de la región, junto con la educación universitaria,

para el desarrollo de la composición, por ende ahora se explicaran los conceptos utilizados en la composición, de acuerdo a lo expresado por los artistas, teniendo presente los parámetros ya mencionados.

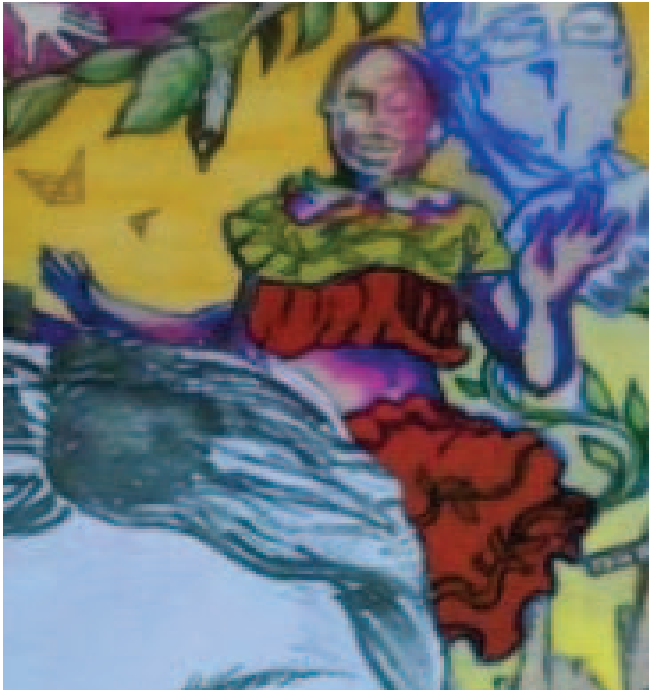


Representación de Pueblo



El propósito de los artistas al ubicar una estudiante como zona principal del diseño, con su rostro evocando una joven alegre en colores a blanco y negro, para establecer un contacto directo, capturando de primera mano, generando una comunicación directa entre el mural y el espectador, haciendo crear sentido de pertenencia con la gente y sensibilizar al espectador con un rostro sonriente, quien lleva un maletín donde salen los sueños, la educación y demás, es mostrar el lado humano, donde se puede ver un poco la visión de la gente, al reconocer a Yumbo como un pueblo, debido a que la mayoría de población que posee la región, sobre todo la parte rural y la parte montañosa posee población en los estratos 1

y 2, por tal razón se muestra una estudiante, de uniforme típico de las escuelas públicas del municipio, representando la gente, la diversidad de personas que tiene el municipio, fortaleciéndolo con la ilustración al lado derecho de la niña, de un caserío que caracteriza a Yumbo, y encima de ella unas manos, levantadas, mostrando la mano trabajadora, las empresas y oportunidades para el pueblo, según lo expresaron los artistas.



Representación de Danza



También se incluye la parte folclórica, importante para la región y que sin lugar a dudas, sus manifestaciones culturales hacen parte de la región por mucho tiempo.



Representación de Industria



La industria, identidad latente por muchos años, imagen representativa de lo que es el municipio, reconocida además por la región como Capital Industrial del Valle del Cauca; esta característica aparece en la composición como parte fundamental de ella, donde los artistas muestran este rasgo, de una manera diferente, basando en la calidad humana, en el personal que labora en las empresas, en vez de enfocarse en mostrar empresas con sus chimeneas y el humo, que fue lo que se vio reflejado en la investigación, lo cual se decide cambiar de enfoque, mostrar más el lado humano que la máquina. Además al representar los trabajadores, se busca mostrar que la universidad hace parte de ese proceso de formación, que ayuda a los yumbenos a trabajar en la zona industrial, al ofrecer sus carreras tecnológicas para los habitantes.



Finalmente en la composición se muestran factores que hacen parte del municipio, además de que para los artistas y la universidad, eran pertinentes aparecieran en el mural, como los es el deporte, representado por una niña saltando, la variedad racial que aparece en esta investigación, ubicando a una estudiante afro, y el arte en la región, representado por un pintor.

Con estos elementos se proyectó la representación cultural que identifica al municipio, la cual fue plasmada en la intervención del mural.

9.2.3. Fase3: Desarrollo

Teniendo claro todos los factores que hacen parte de la intervención, sigue la fase de desarrollo, donde se inició con los procesos de realización como tal, de pasar del lápiz a la realidad.



Imagen 58. Construcción del mural - Fotos Edward Ramirez



El mural se desarrolló en un tiempo de 2 semanas, donde se trabajaron alrededor de 9 horas diarias, iniciando desde la parte inferior y culminando hasta la fase superior.

Se realizó primero una pintada general con base blanca sobre la superficie, para poder iniciar con los diseños. Se hizo un diseño de cada pieza bocetada, al igual que se fondeaba, finalmente se realizaron los trazos de sombra y retoques finales.

9.2.4. Fase 4: Propuesta Final

Al finalizar la etapa de desarrollo se entrega un mural llamativo, colorido, con estructura de lectura ideal, que le permite a los transeúntes mirar tanto un conjunto, como la individualidad de los elementos icónicos de la región representados en el diseño.



Imagen 59. Mural terminado - Fotografías Edward Ramirez



En la intervención se ven claramente los lineamientos culturales definidos por la investigación y los que quería expresar la universidad, explicados en las etapas anteriores. El diseño después fue puesto a los comentarios de los habitantes del sector quienes expresaron lo importante de la intervención. Se entrevistaron a habitantes que viven por la cuadra y a los que pasaron por el lugar, que pertenecían a ese sector. Para determinar de forma más

precisa los comentarios de los ciudadanos se establecieron 3 preguntas muy concisas y simples:

1. ¿Qué te parece el mural?
2. ¿Crees que el mural representa o refleja lo que es Yumbo?
3. ¿En el diseño se puede ver alguna imagen que se relaciona con la industria, con el folclor o la cultura de Yumbo?

Haciendo un análisis general de la respuesta a estas preguntas, se observó que a primera vista el mural es aceptado, creen que es agradable y bien realizado, además de la importancia del tamaño y la ubicación, para que las personas lo puedan observar. Además creen que cambia mucho la visión del sector, al ser llamativo, es atrayente, permitiendo que las personas lo vean, además que sus colores, ayudan a que el mural no pase desapercibido por las personas que pasan por el lugar.



Imagen 60. Entrevistado opinando sobre mural

A la segunda pregunta, las personas se sintieron identificadas y ven que se refleja a la región, iniciando por el colorido, que hace alusión al folclor y cultura; identificaron a primera vista la industria, por la persona con su computador y los científicos, relacionando, con empresas del municipio. Además de la danza, que aparece con la bailarina y con el color, también encontraron elementos que posee la región, como la flora u la fauna, representadas por las hojas y los pájaros que aparecen, hablando de la naturaleza y la vegetación que no solo tiene el municipio, sino que caracteriza al Valle del Cauca. También se observó que se identifican con los orígenes raizales, al ver la representación de la niña en primer plano como indígena y la estudiante afro.



La última pregunta que se refiere a los lineamientos culturales, se concluye, que no hay ambigüedades recurrentes, como interpretaciones diferentes a los que se quiso plasmar en el diseño.

Las personas determinaron que se ve reflejada la Industria, mostrado por las personas trabajando, los entrevistados perciben esta forma de mostrar el tema de las empresas que rodea a la región, se puede representar de una manera diferente, sin olvidar que demuestra que los habitantes de Yumbo, tienen presente esta identidad cultural icónica del municipio. Otro lineamiento claro para los entrevistados es la danza, el folclor, reflejado por la bailarina y por el colorido y manejo de tonos que se dieron en la composición, además que como se dijo, los ciudadanos en el mural ven proyectado la naturaleza que rodea al municipio.

Como conclusión final, se puede observar, como a partir de una definición concreta de los lineamientos culturales del municipio, se pueden utilizar para proyecciones donde se busque mostrar la identidad cultural de la región, para darlo a conocer no solo a la comunidad, sino a los visitantes, y conozcan lo que representa al municipio, haciéndolo en este caso, por medio de una expresión artística, como lo es el mural.

Además se puede ver y comprobar, que en los habitantes de Yumbo, los lineamientos definidos por esta investigación, hacen parte de su visión de lo que es el municipio, definiéndolos claramente en el mural; incluso para el caso del lineamiento cultural de la industria, está impregnado en la imagen de los yumbeños, que pueden verlo en representaciones que no se refieran a las empresas, o al monumento a la Industria, que fueron los que dieron como resultado en las encuestas, sino que pueden ser reemplazados, personificando a la zona industrial de Yumbo, por medio de personas trabajando, mostrando la mano de obra trabajadora. Siendo esta como se comprobó, la mayor representación Cultural del municipio de Yumbo, la imagen de Capital Industrial del Valle del Cauca.

10. Conclusiones

- Esta investigación se enfoca en la definición de las formas culturales y mostrar cómo pueden ser usados, y no centrarse en que medio se transmitan o sea más efectivo
- En la búsqueda de los datos para este proyecto, se ha utilizado métodos como la etnografía, observación, trabajo de campo e investigación, debido a que la información tiene una variable fundamental que es el estudio de las formas culturales; las que son analizadas de manera grupal y no de su comportamientos individual, ya que no es el objeto de estudio, como ya se explicó en capítulos anteriores.
- Se determinó que el método de encuesta daría resultados más efectivos y claros para determinar los lineamientos que determinan la Identidad Cultural actual de Yumbo. Siendo el complemento de la metodología etnográfica, la entrevista y encuesta, siendo el primero la observación.
- Aunque se hizo el análisis en esta tesis a un solo barrio, este desarrollo investigativo permite replicar este mismo patrón, si fuera el caso, para obtener la generalidad de todo el municipio, por eso se denominan como Las Formas Culturales de la Identidad yumbena, aunque el análisis sea a una población en específico, esta hace parte de la totalidad, siendo su información relevante, sirviendo como prueba de la aplicación del proyecto, siendo posible si se quisiera realizarlo a todos sus habitantes.
- Para la definición de las Formas Culturales, se observó que es importante unir los factores teóricos y etnográficos, para permitir que haya una definición más clara de los lineamientos, evitando subjetividades, y sea más preciso a la hora de definirlos.
- Los lineamientos culturales que identifican a Yumbo, resultantes de todo el proceso investigativo que se expone en este documento, son los rasgos culturales que identifican a la región, encontrando que el municipio, posee factores de menor rango de reconocimiento, como lo son la danza y la religión, pero que hacen parte de su cultura e historia, que fomentan la tradición, y permiten que la identidad de Yumbo, se fortalezca con más y más elementos latentes en sus costumbres.
- El mural artístico, es un excelente medio, para dar a conocer a la comunidad los factores culturales que identifican a la región, además de ser un medio que perdura con el tiempo y se ha convertido en una gran expresión cultural y artística para la comunidad. Esto se ve reflejado en hechos recientes en Cali donde en el mes de Noviembre de 2015, se incluyeron en el patrimonio de la ciudad 280 murales que se encuentran por las calles, comunas e incluso en algunas estaciones del MIO.
- A pesar que se identificaron otros factores importantes en la cultura de la región, definitivamente la imagen de zona industrial, sigue siendo la más fuerte representación para los habitantes, a pesar de las diferencias entre industria y empleo, por la poca contratación que expresan los habitantes sucede, pero que independiente de esa desunión definen este factor industrializado como parte de lo que para ellos significa Yumbo.

11. Bibliografía

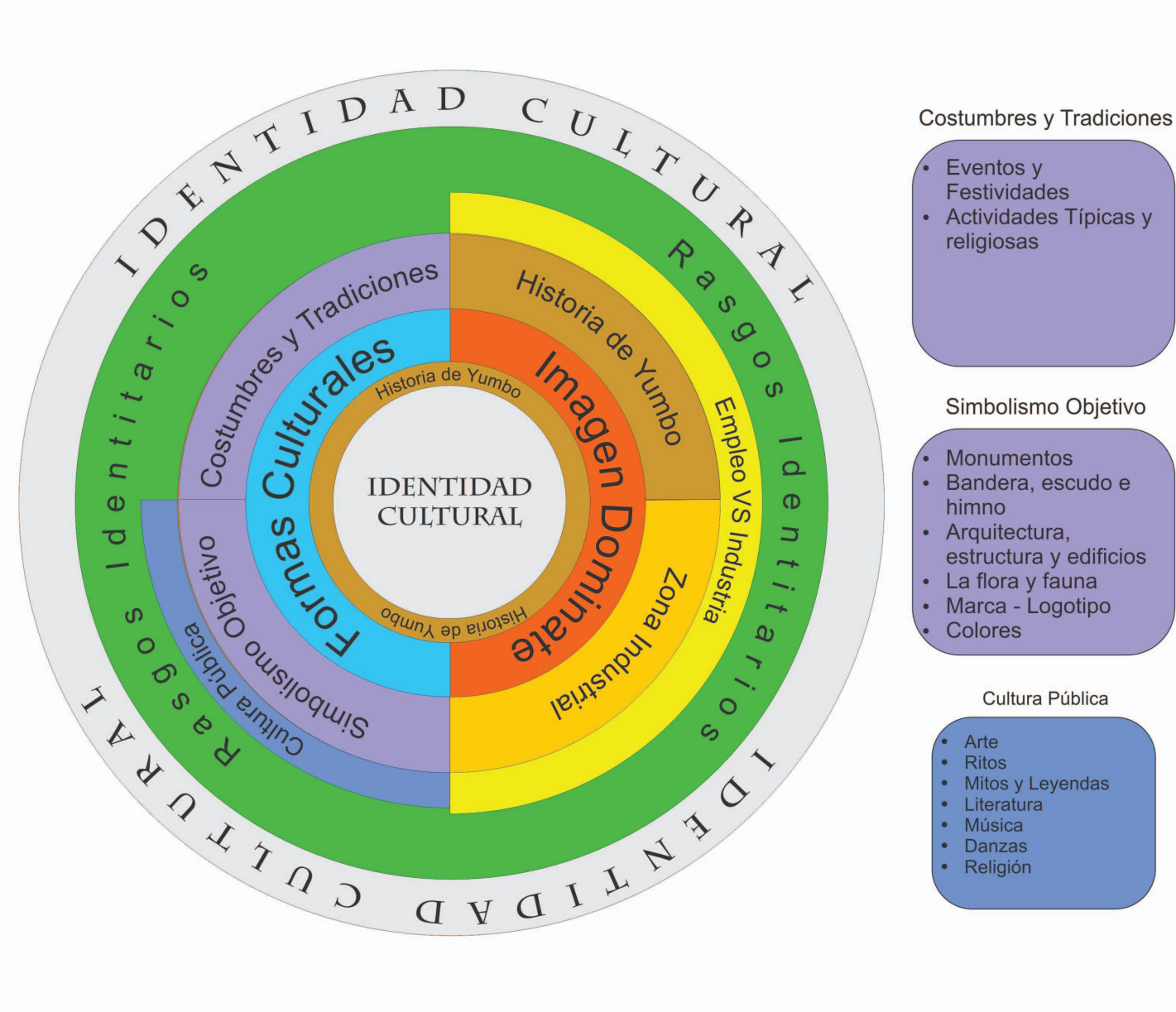
- Bourdieu, Pierre. Los tres estados del capital cultural
- Brea, Guillermo. Documento. Marca País Argentina, su sistema de identificación visual.
- Chaves, Norberto. La Imagen Corporativa. Capítulo I (El fenómeno socioeconómico). Barcelona. Editorial Gustavo Gilli, S.A., 1988. Pág. 9. ISBN: 84-252-1356-8.
- Cortázar Sepúlveda, Hernando. Costumbres, tradiciones y personajes yumbenos, 2010.
- Cortázar Sepúlveda, Hernando. Yumbo, tradiciones, cuentos e historias.
- Costa, Joan. Diseñar para los ojos. Capítulo III (Identidad Corporativa). 1ra Edición. La Paz - Bolivia. Grupo Editorial Desing, 2003. Pág. 83. ISBN: 99905-0-314-1
- Fedy. Yumbo, región empresarial de Colombia. 2007 ISBN: 978-958-44-2520-1
- Geertz, Clifford. La Interpretación de las Culturas. 2003. Editorial Gedisa, S.A. Parte I. ISBN: 84-7432-090-9.
- Giménez, Gilberto. Identidad, Cultura y Política, perspectivas conceptuales, miradas empíricas. Programa Editorial Univ. del Valle, 2009. Capítulo 1. ISBN: 978-958-670-756-5.
- Giménez, Gilberto [2003]. La cultura como identidad y la identidad como cultura, UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, México
- Guía Turística de Yumbo, 3ra Edición. Yumbo - Valle del Cauca. 2011.
- Iglesias Onofrio, Marcela. Molina Rabadán, David. La estrategia marca país en la sociedad Informacional: Los casos de España y Ecuador. Universidad de Cádiz, España. Junio 15 del 2008.
- Iglesias Onofrio, Marcela. Molina Rabadán, David. Documento de Análisis. La estrategia marca país en la sociedad Informacional: Los casos de España y Ecuador. Universidad de Cádiz, España. Junio 15 del 2008.
- Información de Alcaldía de Yumbo, Área de Gestión Humana y Desarrollo Económico
- Lenis, Satizabal, Fabio. Monografía del municipio de yumbo, 1996.
- Mauss, Marcel. Introducción a la etnografía. Editorial Payot S.A., 1967. págs. 19 - 31. ISBN: 84-7090-002-1
- Mendoza, Mayor Alberto. Memorias de Yumbo, 1981.
- Perdomo Farfán, Juan Carlos. Diseñador Gráfico. Diseño Marca Región Palermo - Huila. Publicación en Revista Proyecto Diseño, Edición 46. (Noviembre - 2006). Pág. 26
- Quesada, Gustavo. Sobre la Identidad Cultural. Editorial Corpes Orinoquia, 1999. Pág. 11. ISBN: 958-9477-16-X.
- Restrepo, Martha Lucia. Rosker, Eduardo. Echeverri, Lina María. Tesis. El país como una marca, estudio de caso: Colombia es Pasión. 2008.
- Revista escápate. Yumbo, destino turístico. Edición No 1 año 2012
- Tejada Palacios, Luis. Gestión de la Imagen Corporativa. Editorial Norma. ISBN: 958-04-0347-3
- Unesco. La identidad Cultural en América Latina, Dialogo entre los pueblos del mundo. 1986, Capitulo 1

12. Cibergrafía

- Alcaldía de Yumbo, link: <http://www.yumbo.gov.co/>
- Colombia es Pasión. <http://www.colombiaespasion.com>
- Diplomacia Alternativa. Artículo acerca de Marca País. Link: <http://diplomaciaalternativa.wordpress.com/category/marca-pais/> Edificio CAMY INFO, <http://www.dysconstructores.com/index.php/edificaciones>
- El Tiempo. Artículo: Bogotá ya tiene su propia marca, que la hará famosa en el mundo. Publicado el 06 de Diciembre 2010. http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8537400.html icimarcom.com - Biografía David Lightle Links: <http://www.icimarcom.com/DLL%20resume.htm>
- Gobernación de Valle, <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=2093>
- IMCY (Instituto Municipal de Cultura de Yumbo), link: www.imcy.gov.co
- Murales Patrimonio de Cali: http://www.cali.gov.co/adulto_mayor/publicaciones.php?id=112015&dPrint=
- <http://hsbnoticias.com/>
- Marca Argentina. <http://www.marcapaisargentina.org/>
- Marca Ciudad Pasto. <http://larevolucioncreativa.blogspot.com/2007/03/marca-ciudad-pasto.html>
- Morales Lama, Manuel. (2010, Julio). Internet. Artículo: El “Estado-marca en la globalización y Diplomacia Alternativa”. Link: <http://www.listindiario.com.do/puntos-de-vista/2010/7/22/151701/El-Estado-marca-en-la-globalizacion>
- Marca Colombia. <http://www.colombiaespasion.com/>
- Marca Perú. <http://peru.info/>
- <http://www.cbonlinecali.com/reinado-del-chivo-cachon-en-yumbo/>
- <http://todosesupo.com>

13. Anexos

13.1. Anexo 1: Mapa Conceptual



Diario de Campo

Observación realizada el 20 de Julio 2013
Registrada en diario de campo para el proyecto
"Yumbo-Reconociendo sus fuentes culturales"

Preguntas - Enferme facinas
infectis

Opiniones de la gente. le gusta ver en los
encuestados y en entrevistas.

En las encuestas a las casas del barrio se busca abordar a una sola persona a la vez para poder hacerle en un tiempo de 5 minutos minimo y lo maximo dando lugar a la entrevista con el entrevistado y conocer un poco sus opiniones, dependiendo de la disposicion y cantidad de habitantes en la casa.

→ Se ha avanzado con tranquilidad, permitiendo al entrevistado dar sus opiniones y hacer preguntas cada cuando.

→ En las preguntas de opinión e indaga de porqué no escoger alguna de las otras que no seleccionan para generar comentarios y conocer las opiniones de la gente.

→ Se observa al primer
día de las encuestas
que existe un reconoci-
miento claro de la
imagen de Jumbo como
capital Industrial al
parecer es fuertemente
pregnante esta imagen
a pesar de la indiferen-
cia que existe dicen
los habitantes.

Siendo las 4:03 AM del 20 de Julio de 2013, iniciamos el recorrido realizando las encuestas y a su vez generando comentarios, preguntas en las encuestas.

→ En los primeros muestreos se puede observar que los personas corren tan de manera rápida, algunos habitantes se van realizando aseo, o personas no son inconveniente y la hora de abordarlos

Los habitantes de una casa opinan en la pregunta sobre Industria y Yumbo mencionan que es más por las empresas que por los yumbos que trabajan allí, dicen ellos debido a que no han estado en Yumbo y falta capacitación relacionada para entrar a emprender.

→ Hemos notado que las personas opinan que como sistema visual el más adecuado es el mural, porque no se ha hecho algo así, dicen ellos, a diferencia de hacer videos o publicidad que han visto pero dicen ellos no sí.

Comenta un entrevistado que la mayoría de las personas no trabajan en Yumbo les toca buscar en otros lugares, además comenta que las grandes empresas llegan con su gente y no le dan oportunidad a los yumbenos porque de pronto no están preparados.

Como son los encuestados que para
trabajar en el municipio hay que
tener ayuda política sino no logran
entrar a trabajar

Se observan en las causas encuendadas
que no se encuentran todos los interpones
o algunos no deben ser enpenados.

se participó por todos en una sola encuesta que se le hace inicialmente a un familiar y no deseen hacer cada uno su encuesta. A las 3:12 pm se dio por terminado el segundo inicial de las encuestas por el barrio Colinas.

Observación realizada el 21 de Julio de 1983
Registrada en diario de campo para el proyecto
"Quinta- Renunciando sus formas culturales"

Preguntas - Interpretaciones
Hipotesis

Opiniones de la gente - lo que se ve en los encuestados y entrevistados

→ los tiempos de
enfrenta han estado
dentro del rango de
5 minutos, aunque han
enfrentados que dan
sus opiniones en cada
presunta.

→ La Industria se
posee en casi
todas las casas
envestandas como parte
de mayor ~~comentarios~~
en cada ma.

→ las empresas son las
mas caracteristicas
como reconocimiento
sobre el tema de la
Industria.

Los horarios de
enfrenta acordados
desde el inicio han sido
adecuados, sobre todo
en horas de la mañana.

→ Las personas han estado dispuestas para realizar las encuestas y entrevistas

→ Investigaremos por medio de las preguntas y encuestas acerca de otros factores que afectan la gente diferente a la Industria y religión.

→ No están completos
los familiares de las casa
especiales para los
otros días sea diferente.

→ Al parecer en los medios de comunicación la gente se inclina este el video y el mural.

→ Siendo las 9:37 AM del 21 Julio de 2013 iniciamos las encuestas y entrevistas a las personas siguen opinando sobre que Yumbo es conocido como Industria por las empresas y no por los yumbenos, además mencionan que no los contactan por falta de experiencia o por falta de estudio académico o profesión.

→ Algunas personas han opinado que el municipio tiene mucha polución, mucha contaminación.

- Las danzas y expresiones claustricas como el enuenho de danzar han aparecido repetidamente como evento importante en las personas entrevistadas.
- Nuevamente se opina que las empresas es la imagen que representa a la Industria dicen los habitantes es lo que representan.

→ Se observa que otros familiares participan de las actividades que se hacen a una persona de la casa.

→ A pesar de ser zona Industrial
less personas dicen que yunkas se
ve pueblo, que se caracteriza por
la variedad de gente que se ve
en el municipio.

* Se evidencia molestia en algunos encuestados al mencionar si el motivo de llamarse Zam Industrial es por los yumbenos, generando una respuesta de negatividad e indiferencia en la industria vs empleo para yumbenos

→ Necesitan los excedentes que les
generan y diversidad étnica que enriquece
al municipio, pero faltan más oportunidades
laborales.

→ A las 2:51 PM se dio por terminado el recorrido en el segundo día de encuestas y entrevistas a los habitantes del barrio Colinas Zuhar.

Observación realizada el 27 de Julio de 2013
Registrada en diario de campo para el proyecto "Yumbo -
Reconociendo sus formas culturales".

Preguntas-Interpretaciones Hipótesis	Opiniones de la gente - lo que se ve en los encuestados y entrevistados.
→ Las personas prefieren responder con ayuda de sus familiares, se sienten más tranquilos.	→ Siendo las 9:05 am del 27 de Julio de 2013 iniciamos los encuestos y entrevistas del tercer día.
→ Se denota con comentarios al referirnos si hay yumbos que trabajan en la Industria.	→ Los encuestados se refieren a Yumbo como industrializado pero es el pueblo apestado.
→ Los habitantes demuestran su incorfornismo porque sienten son rechazados por la Industria para emplearlos.	→ Mencionan que el municipio no posee monumentos representativos sobre la historia indígena o tradiciones.
→ Los habitantes han mencionado que las empresas prefieren gente de Cali, por tener mal referenciados a los yumbos y porque son poco estudiados.	→ El encuentro de dantaz lo reconocen como un evento importante, porque se le da una difusión que otros eventos.
→ Las personas a pesar de su incorfornismo notable de la no o poca contratación de yumbos, reconocen que Yumbo es capital Industrial.	→ Nuevamente sugieren los encuestados que la industria se reconoce como imagen por las empresas y no por los yumbos que trabajan allí.
→ Se denota que las personas que llevan años de vivir en el municipio se apropiaron y se sienten alocados al no contratar a los yumbos.	→ Mencionan que las empresas contratan gente de Cali, que ocurre por falta del apoyo de los dirigentes para que sean contratados y oportunidades para las personas.
→ Tienen conocimiento que contratan más personas de Cali, por conocer la procedencia de compañeros de trabajo y esto se pasa de voz a voz.	→ Nuevamente la falta de estudio dicen los encuestados es un factor de la no contratación en la industria y empresas de la región.
	→ La religión dicen los encuestados se ha convertido en un factor de gran celebración en la región.
	→ Los moral mencionan los habitantes es algo que perdura con el paso de los años, además de adorar y llamar la atención de la gente que pasa.
	→ A las 3:27 pm se dio por terminado el recorrido en el tercer día de encuestos y entrevistas a los habitantes del barrio Colinas de Yumbo.

Observación realizada el 28 de Julio de 2013
Registrada en diario de campo para el proyecto "Yumbo - Reconociendo sus formas culturales".

Preguntas-Interpretaciones Hipótesis	Opiniones de la gente - lo que se ve en los encuestados y entrevistados.
→ Se nota que la tradición religiosa y danística es esperada por la gente cada año.	→ Siendo las 9:32 am del 28 de Julio de 2013, iniciamos el recorrido día 4
→ Las personas demuestran reversion el concepto de Industria = empresa - Yumbos	→ La industria continúa siendo la primera imagen que tienen al hablar de Yumbo
→ Se observa que hay poca contratación de las empresas por falta de estudio y capacitación.	→ El deporte mencionan los encuestados casi no se apoya no se le hace publicidad donde el municipio destaca, pero si se le hace a eventos dicen ellos como el Encuentro de dantaz y musica.
→ Las festividades junto con la dantaz es un factor importante a destacar	→ Nuevamente al tocar el tema de los monumentos representativos hablan del monumento a la Industria, pero comentan que hay trabajo, empresas reconocidas pero no le dan trabajo a yumbos, dicen ellos influenciados por la violencia y en parte por la poca preparación académica que tiene la gente.
→ El mural artístico se observa junto con el video como medios mas importantes	→ Yumbo tiene mucho folclor que divierte a la gente dicen los habitantes
→ Muchos habitantes del barrio no son nacidos en Yumbo pero llevan muchos años que se observan se sienten yumbos.	→ En las empresas son pocos que trabajan de Yumbo, buscan gente mas de Cali, Tamundi, y deberían contratar mas a los yumbos, dicen ellos para acabar con la violencia y el desempleo.
→ La variedad de habitantes hace parte de las opiniones de las personas haciendo alusión a la cantidad de casas y familias que se ve por toda la región, personas que buscan oportunidades laborales.	→ En Yumbo habita variedad de personas, mucha gente dicen los encuestados, y que deberían darles mas oportunidades laborales a los yumbos, por que hay profesionales, capacitados pero han estudiado en Cali, porque aquí no hay como estudiar.
→ Las personas piensan que la imagen de violencia de la época antigua por guerrilla hace parte de la no contratación de las empresas hacia los yumbos.	→ Los eventos culturales dicen los habitantes son muy importantes para Yumbo y su tradición.
	→ Mencionan que no hay personal capacitado dicen las empresas y que por ese motivo no los contratan.
	→ El encuentro de dantaz mencionan es importante porque se nota por la mucha gente que asiste al evento.
	→ Una prueba para los habitantes de la poca contratación es ver cuantos buses salen para llevar personal a Cali vs los que salen para Yumbo.
	→ A las 3:07 pm se dio por terminado el recorrido del cuarto día Yumbo Colinas.

13.3. Anexo 3: Encuestas - Ejemplos reales



Encuesta sobre la Identidad Cultural
Del Municipio de Yumbo



Nombres y Apellidos: Juan Llanabna

1. Contexto Histórico

¿Nació en Yumbo? Sí ☒ No ☐ ¿En qué lugar? _____

¿Hace cuánto que vive en Yumbo? 26 años ¿Hace cuánto que vive en este barrio? 6 años

¿Qué nivel educativo tiene? ☐ Primaria ☒ Bachiller ☐ Técnico ☐ Profesional ☐ Otros: _____

¿Qué ocupación o profesión tiene? Operario Soldadura

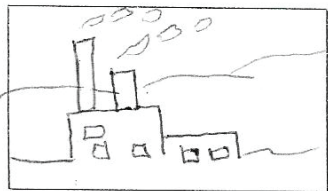
¿Sexo? ☐ Femenino ☒ Masculino ☐ LGTB ¿Edad? 26 años

2. Imagen o visión de Yumbo

Cuando mira o hablan de Yumbo
que PALABRA se le ocurre

Industria

Cuando mira o hablan de Yumbo
que IMAGEN se le ocurre (Dibújela)



3. La Cultura yumbena

A continuación encontrará tres elementos culturales los cuales son los más representativos de la Cultural de Yumbo en la actualidad. Según lo que usted recuerda o conoce:

- ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo? Monument Induspro
- ¿Qué representa o Cómo se representa la RELIGION en Yumbo? Las Procesiones en Semana Santa
- ¿Que EVENTO, CELEBRACION o FESTIVIDAD representa a Yumbo? Deportes

4. Medio de Comunicación

Teniendo en cuenta las respuestas dadas anteriormente. Si se buscara fortalecer la Cultura y conseguir el reconocimiento del Municipio a nivel nacional, con cuál o cuáles de los siguientes sistemas comunicativos cree que ayudarían a lograrlo. (Se puede señalar una o varias opciones)

- | | |
|---|--|
| ☒ Monumento ó Escultura | ☐ Videoclip - Mini documental |
| ☐ Logo (marca) y/o señalética | ☐ Material Publicitario (Afiche, Plegable, Pasacalle) |
| ☐ Aviso por radio | ☒ Un Mural Artístico |

5. Capital Industrial del Valle del caucho

¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (Puede señalar una o varias)

- ☐ Una imagen establecida con el tiempo ☒ Las Empresas ☐ Por los Yumbeños que trabajan en la Industria



Encuesta sobre la Identidad Cultural
Del Municipio de Yumbo



Nombres y Apellidos: Guillermo Ojeda

1. Contexto Histórico

¿Nació en Yumbo? Sí ☐ No ☒ ¿En qué lugar? Cali

¿Hace cuánto que vive en Yumbo? 20 años ¿Hace cuánto que vive en este barrio? 8 años

¿Qué nivel educativo tiene? ☐ Primaria ☐ Bachiller ☒ Técnico ☐ Profesional ☐ Otros: _____

¿Qué ocupación o profesión tiene? Estudiante

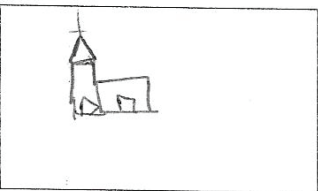
¿Sexo? ☒ Femenino ☐ Masculino ☐ LGTB ¿Edad? 35

2. Imagen o visión de Yumbo

Cuando mira o hablan de Yumbo
que PALABRA se le ocurre

Pueblo
Población

Cuando mira o hablan de Yumbo
que IMAGEN se le ocurre (Dibújela)



3. La Cultura yumbena

A continuación encontrará tres elementos culturales los cuales son los más representativos de la Cultural de Yumbo en la actualidad. Según lo que usted recuerda o conoce:

- ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo? Iglesia Belalcázar
- ¿Qué representa o Cómo se representa la RELIGION en Yumbo? Iglesia católica
- ¿Que EVENTO, CELEBRACION o FESTIVIDAD representa a Yumbo? Celebración Año Nuevo

4. Medio de Comunicación

Teniendo en cuenta las respuestas dadas anteriormente. Si se buscara fortalecer la Cultura y conseguir el reconocimiento del Municipio a nivel nacional, con cuál o cuáles de los siguientes sistemas comunicativos cree que ayudarían a lograrlo. (Se puede señalar una o varias opciones)

- | | |
|--|--|
| ☐ Monumento ó Escultura | ☒ Videoclip - Mini documental |
| ☐ Logo (marca) y/o señalética | ☐ Material Publicitario (Afiche, Plegable, Pasacalle) |
| ☐ Aviso por radio | ☐ Un Mural Artístico |

5. Capital Industrial del Valle del caucho

¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (Puede señalar una o varias)

- ☐ Una imagen establecida con el tiempo ☒ Las Empresas ☐ Por los Yumbeños que trabajan en la Industria



Encuesta sobre la Identidad Cultural Del Municipio de Yumbo



Nombres y Apellidos: Ugo Mendoza

1. Contexto Histórico

¿Nació en Yumbo? Sí ☒ No ☐ ¿En qué lugar? _____

¿Hace cuánto que vive en Yumbo? 46 ¿Hace cuánto que vive en este barrio? 12

¿Qué nivel educativo tiene? ☐ Primaria ☐ Bachiller ☐ Técnico ☐ Profesional ☐ Otros: Teólogo

¿Qué ocupación o profesión tiene? Disecador Gráfico

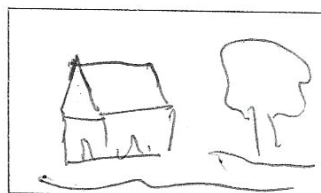
¿Sexo? ☐ Femenino ☒ Masculino ☐ LGTB ¿Edad? 46

2. Imagen o visión de Yumbo

Cuando mira o hablan de Yumbo
que PALABRA se le ocurre

Caliente

Cuando mira o hablan de Yumbo
que IMAGEN se le ocurre (Dibújela)



3. La Cultura yumbena

A continuación encontrará tres elementos culturales los cuales son los más representativos de la Cultural de Yumbo en la actualidad. Según lo que usted recuerda o conoce:

- ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo? Franco Alfonso Pizarro
- ¿Qué representa o cómo se representa la RELIGION en Yumbo? La Virgen del Buen Consejo
- ¿Qué EVENTO, CELEBRACION o FESTIVIDAD representa a Yumbo? Fiestas del Señor del Buen Consejo

4. Medio de Comunicación

Teniendo en cuenta las respuestas dadas anteriormente. Si se buscara fortalecer la Cultura y conseguir el reconocimiento del Municipio a nivel nacional, con cuál o cuáles de los siguientes sistemas comunicativos cree que ayudarían a lograrlo. (Se puede señalar una o varias opciones)

- | | |
|--|--|
| ☐ Monumento ó Escultura | ☒ Videoclip - Mini documental |
| ☐ Logo (marca) y/o señalética | ☐ Material Publicitario (Afiche, Plegable, Pasacalle) |
| ☐ Aviso por radio | ☐ Un Mural Artístico |

5. Capital Industrial del Valle del caucho

¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (Puede señalar una o varias)

- ☒ Una imagen establecida con el tiempo ☒ Las Empresas ☒ Por los Yumbeños que trabajan en la Industria



Encuesta sobre la Identidad Cultural Del Municipio de Yumbo



Nombres y Apellidos: Jonathan Murillo

1. Contexto Histórico

¿Nació en Yumbo? Sí ☐ No ☒ ¿En qué lugar? Cali

¿Hace cuánto que vive en Yumbo? 16 años ¿Hace cuánto que vive en este barrio? 3 años

¿Qué nivel educativo tiene? ☐ Primaria ☐ Bachiller ☐ Técnico ☐ Profesional ☐ Otros: Teólogo

¿Qué ocupación o profesión tiene? Operador Logístico

¿Sexo? ☐ Femenino ☒ Masculino ☐ LGTB ¿Edad? 21 años

2. Imagen o visión de Yumbo

Cuando mira o hablan de Yumbo
que PALABRA se le ocurre

Industria

Cuando mira o hablan de Yumbo
que IMAGEN se le ocurre (Dibújela)



3. La Cultura yumbena

A continuación encontrará tres elementos culturales los cuales son los más representativos de la Cultural de Yumbo en la actualidad. Según lo que usted recuerda o conoce:

- ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo? Monumento Antioquia - Boyacá
- ¿Qué representa o cómo se representa la RELIGION en Yumbo? Un Cristo
- ¿Qué EVENTO, CELEBRACION o FESTIVIDAD representa a Yumbo? Fiestas de Yumbo

4. Medio de Comunicación

Teniendo en cuenta las respuestas dadas anteriormente. Si se buscara fortalecer la Cultura y conseguir el reconocimiento del Municipio a nivel nacional, con cuál o cuáles de los siguientes sistemas comunicativos cree que ayudarían a lograrlo. (Se puede señalar una o varias opciones)

- | | |
|--|--|
| ☐ Monumento ó Escultura | ☒ Videoclip - Mini documental |
| ☐ Logo (marca) y/o señalética | ☐ Material Publicitario (Afiche, Plegable, Pasacalle) |
| ☐ Aviso por radio | ☒ Un Mural Artístico |

5. Capital Industrial del Valle del caucho

¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (Puede señalar una o varias)

- ☐ Una imagen establecida con el tiempo ☒ Las Empresas ☐ Por los Yumbeños que trabajan en la Industria



Encuesta sobre la Identidad Cultural Del Municipio de Yumbo



Nombres y Apellidos: Hugo Armando Murillo

1. Contexto Histórico

¿Nació en Yumbo? Sí ☒ No ☐ ¿En qué lugar? _____

¿Hace cuánto que vive en Yumbo? 55 años ¿Hace cuánto que vive en este barrio? 7 años

¿Qué nivel educativo tiene? ☒ Primaria ☐ Bachiller ☐ Técnico ☐ Profesional ☐ Otros: _____

¿Qué ocupación o profesión tiene? Obrero

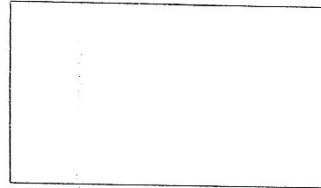
¿Sexo? ☐ Femenino ☒ Masculino ☐ LGTB ¿Edad? 55 años

2. Imagen o visión de Yumbo

Cuando mira o hablan de Yumbo
que PALABRA se le ocurre

Industrializado

Cuando mira o hablan de Yumbo
que IMAGEN se le ocurre (Dibújela)



3. La Cultura yumbena

A continuación encontrará tres elementos culturales los cuales son los más representativos de la Cultura de Yumbo en la actualidad. Según lo que usted recuerda o conoce:

- ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo? Monumento Industrial
- ¿Qué representa o Cómo se representa la RELIGION en Yumbo? Iglesia Belicaria - San Antonio
- ¿Que EVENTO, CELEBRACION o FESTIVIDAD representa a Yumbo? Encuentro Danzas

4. Medio de Comunicación

Teniendo en cuenta las respuestas dadas anteriormente. Si se buscara fortalecer la Cultura y conseguir el reconocimiento del Municipio a nivel nacional, con cuál o cuáles de los siguientes sistemas comunicativos cree que ayudarían a lograrlo. (Se puede señalar una o varias opciones)

- | | |
|---|---|
| ☒ Monumento ó Escultura | ☐ Videoclip - Mini documental |
| ☐ Logo (marca) y/o señalética | ☒ Material Publicitario (Afiche, Plegable, Pasacalle) |
| ☐ Aviso por radio | ☐ Un Mural Artístico |

5. Capital Industrial del Valle del caucho

¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (Puede señalar una o varias)

- ☐ Una imagen establecida con el tiempo ☒ Las Empresas ☐ Por los Yumbenos que trabajan en la Industria

→ Capital Industrial
→ Político
→ Sin involucrados
→ Sin gente de Cali

→ No cumplen con los requisitos políticos



Encuesta sobre la Identidad Cultural Del Municipio de Yumbo



Nombres y Apellidos: Naytha Gambo

1. Contexto Histórico

¿Nació en Yumbo? Sí ☒ No ☐ ¿En qué lugar? _____

¿Hace cuánto que vive en Yumbo? 44 años ¿Hace cuánto que vive en este barrio? 8 años

¿Qué nivel educativo tiene? ☐ Primaria ☒ Bachiller ☐ Técnico ☐ Profesional ☐ Otros: _____

¿Qué ocupación o profesión tiene? Ama de Casa

¿Sexo? ☒ Femenino ☐ Masculino ☐ LGTB ¿Edad? 44 años

2. Imagen o visión de Yumbo

Cuando mira o hablan de Yumbo
que PALABRA se le ocurre

Pueblo Natal

Cuando mira o hablan de Yumbo
que IMAGEN se le ocurre (Dibújela)



3. La Cultura yumbena

A continuación encontrará tres elementos culturales los cuales son los más representativos de la Cultura de Yumbo en la actualidad. Según lo que usted recuerda o conoce:

- ¿Qué MONUMENTO del Municipio representa a Yumbo? Iglesia Belicaria
- ¿Qué representa o Cómo se representa la RELIGION en Yumbo? _____
- ¿Que EVENTO, CELEBRACION o FESTIVIDAD representa a Yumbo? Encuentro Música
Encuentro Danzas

4. Medio de Comunicación

Teniendo en cuenta las respuestas dadas anteriormente. Si se buscara fortalecer la Cultura y conseguir el reconocimiento del Municipio a nivel nacional, con cuál o cuáles de los siguientes sistemas comunicativos cree que ayudarían a lograrlo. (Se puede señalar una o varias opciones)

- | | |
|--|---|
| ☐ Monumento ó Escultura | ☒ Videoclip - Mini documental |
| ☐ Logo (marca) y/o señalética | ☒ Material Publicitario (Afiche, Plegable, Pasacalle) |
| ☐ Aviso por radio | ☐ Un Mural Artístico |

5. Capital Industrial del Valle del caucho

¿La imagen de Yumbo en la actualidad como Zona Industrial es por motivo de? (Puede señalar una o varias)

- ☐ Una imagen establecida con el tiempo ☒ Las Empresas ☐ Por los Yumbenos que trabajan en la Industria

Por tal vez
Gratificación Académica

