

**Alternamente.co: Portal Web para la promoción de emprendimientos alternativos e independientes en Bogotá**

**Daniel Alejandro Jiménez Rodríguez**

**Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicador Social**

**Campo profesional: Publicidad y Producción Radiofónica**

**Director**

**Juan Carlos Valencia Rincón**



Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Bogotá

Facultad de Comunicación  
y Lenguaje  
Carrera de Comunicación Social

**Bogotá, noviembre de 2021**

**Artículo 23 de la Resolución 13 de 1946**

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Bogotá, 19 de septiembre de 2021

Doctora

**Marisol Cano**

Decana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Ciudad

Apreciada Decana:

Me permito presentar mi trabajo de grado *Alternamente.co: Portal Web para la promoción de emprendimientos alternativos e independientes en Bogotá*, con el fin de optar al grado de comunicador social con énfasis en publicidad y producción radiofónica. Partiendo de una reflexión sobre la cultura alternativa y la necesidad de crear un portal web para promover emprendimientos alternativos.

Cordial saludo,

Daniel Alejandro Jiménez Rodríguez

C.C. 1015454696



Bogotá, 3 de junio de 2021

Doctora

**Marisol Cano**

Decana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

La Ciudad

Apreciada Decana:

Por medio de esta carta presento a usted el trabajo de grado que asesoré, realizado por el estudiante Daniel Alejandro Jiménez Rodríguez. Este trabajo tiene como título *Alternamente.co : Portal Web para la promoción de emprendimientos alternativos e independientes en Bogotá*. Considero que el trabajo cumple los requisitos para ser evaluado por los lectores que escoja el Departamento para aspirar al título de Comunicador Social.

Agradezco su atención.

Juan Carlos Valencia

Atentamente,

Facultad de Comunicación y Lenguaje

*A mi mamá y mi papá, por apoyarme  
incondicionalmente durante todos estos  
años.*

*Al profesor Juan Carlos Valencia por tenerle fe al proyecto  
cuando no tenía ni pies ni cabeza*

*A Sofía González, Mariana Escobar, Santiago Parra, Juana  
Huertas, Gabriel Botero y Nicolás Linares por su apoyo  
incondicional y su amistad.*

**Tabla de contenido**

1. Introducción .....	7
2. Estado del Arte .....	9
3. Marco teórico .....	16
4. Metodología .....	23
5. Hallazgos.....	34
6. Conclusiones.....	39
7. Referencias .....	42

## 1. Introducción

Las escenas alternativas en Bogotá se han ampliado, complejizado y diversificado notablemente en las últimas décadas. Músicas no comerciales, otros tipos de restaurantes, vestimentas que trascienden los estándares de la moda, mercados alimentarios con productos ‘limpios’, sistemas de transporte no contaminantes, estudios para decorar el cuerpo con imágenes muy creativas y hasta desafiantes; productos y servicios que vienen proliferando en la ciudad y que están en la base de formas identitarias diversas y emprendimientos que desbordan lo estrictamente mercantil han desempeñado un papel crucial en el desarrollo cultural y contracultural.

Desafortunadamente muchas de estas propuestas carecen de suficiente promoción; no necesariamente porque se quiera mantener oculta, ni porque no poseas la calidad suficiente o el potencial para atraer a más sectores de la población bogotana, sino porqué la gran industria de la publicidad se enfoca principalmente en productos ‘mainstream’, aquellos creados por grandes empresas, muchas veces transnacionales. Existen muy pocos portales digitales que se encarguen de promocionar estas otras formas de vida, los estilos disidentes o alternativos, los emprendimientos locales de pequeña escala, las iniciativas diferentes, a veces hasta contraculturales de distintas ramas que proliferan en Bogotá.

El objetivo de este trabajo de grado es la creación de una plataforma virtual que se encargue de darle una mayor visibilidad a colectivos y emprendimientos con propuestas de vida alternativa en la ciudad de Bogotá. Con la plataforma también se busca ampliar la comprensión de la cultura alternativa, pues generalmente su promoción se enfoca solo a la música. Es importante mencionar que la escena alternativa contempla otras dimensiones como el diseño, la arquitectura, el arte del tatuaje, la gastronomía, la música, la literatura y la moda. El trabajo de grado y su respectiva

investigación resultan entonces en una plataforma que permita promover emprendimientos alternativos, puesto que posicionarse en el radar de consumo es una tarea complicada para estos pequeños negocios. La importancia de la creación de este portal web radica en el afán de que no se pierdan ideas innovadoras de negocios pequeños y que los emprendimientos que ya están estructurados gocen de una mayor visibilidad.

La preocupación por este tema nació de una idea que tuvimos con un compañero de colegio, en la que nos planteamos la creación de una marca de ropa, emprendimiento que no prosperó así usáramos las redes sociales y los medios que teníamos a nuestro alcance. Adicionalmente durante mis años en la universidad presencié diferentes emprendimientos que sufrían para darse a conocer y llegar a más clientes.

El objetivo principal del trabajo de grado es crear una plataforma virtual dirigida a las personas interesadas en estilos de vida alternativos, con la idea de promocionar emprendimientos relacionados con la cultura alternativa e independiente. El nombre que escogí para esta plataforma o portal es: [alternamente.co](http://alternamente.co)

Para cumplir este objetivo, el trabajo planteó los siguientes objetivos:

### ***Objetivos Específicos***

- Definir qué es un estilo de vida alternativo y sus diferentes variantes y categorías.
- Ordenar un repositorio de emprendimientos alternativos en la plataforma, con la idea de que para los usuarios sea fácil encontrarlos según sus intereses.
- Diseñar una plataforma con rigor estético, de calidad y que sea funcional, que además cumpla con su función de promocionar emprendimientos alternativos.
- Dar cuenta de proyectos similares con la intención de hallar datos de importancia para mi proyecto.



Después de la introducción, el capítulo dos corresponde al estado del arte, en el cual se trata de dar cuenta de investigaciones previas en el tema de este trabajo de grado. Algunos de los textos encontrados se usaron para contextualizar y aprender de las culturas alternativas. También se incluyeron en este apartado algunos portales de internet con similitudes al que se quería diseñar. Posteriormente el capítulo tres que atañe al marco teórico, explicó perspectivas teóricas fundamentales para esta investigación relacionadas con el sentido mismo de culturas alternativas, contracultura y sus implicaciones en la sociedad. El capítulo cuatro corresponde a la metodología, se encarga de exponer el proceso de creación del portal web y sus implicaciones técnicas, adicionalmente este capítulo también da cuenta del proceso de recolección de información a partir de entrevistas.

Posteriormente, en el capítulo cinco se encuentran los hallazgos que derivaron del proceso investigativo incluyendo las respuestas de algunas entrevistas y datos que ayudaron a mejorar la página web. Finalmente, en el capítulo de conclusiones se incluye la resolución de los objetivos que fueron planteados en la introducción y el aprendizaje general a partir de la investigación.

## **2. Estado del Arte**

Para el desarrollo de este trabajo de grado se partió de la búsqueda de fuentes y referencias en distintas áreas que serían pertinentes para comprender mejor las diferentes facetas de lo que se conoce como culturas alternativas, y para la construcción de la idea de la plataforma y sus distintos componentes. La búsqueda se realizó por medio de Google Scholar. Se encontraron artículos académicos, tesis y libros que permitieron definir las ramas de lo que se entiende como cultura alternativa. La búsqueda se delimitó a los años 2000 a 2020, años en los que la tecnología de

internet permitió la creación de portales y en los que posiblemente se fueron estableciendo muchas de las tendencias de las culturas alternativas que me interesan.

En el repositorio académico de la Pontificia Universidad Javeriana, se encontró la tesis de Escovar (2017) que trataba de la creación de una plataforma virtual para la promoción de bandas independientes, esta tesis fue de mucha ayuda pues fue importante para la investigación encontrar algo relacionado con mi tema en la universidad en la que yo estudio.

Posteriormente revisé referencias de páginas web de arte y diseño, pues estas además de tratar un tema importante para la investigación, permitieron que explorara distintos estilos y lenguajes gráficos pues era necesario definir un estilo para la plataforma que cumpliera con estándares estéticos. Fue así como conocí el estilo brutalista el cual consiste en uso de figuras geométricas como cuadrados y rectángulos (estructuras simples pero cargadas de sentido) repetidos en patrones que son de fácil reconocimiento para la persona que los ve. Este estilo de diseño se relaciona con el diseño arquitectónico de finales de la segunda guerra mundial que, con la intención de ahorrar en materiales, fusionó una estética cruda pero altamente funcional. Estas cualidades utilitarias hicieron que estilo fuera seleccionado para la plataforma virtual.

Es de suma importancia en este trabajo de grado la estética y la forma en la que la plataforma va a presentarse. La plataforma debe ser utilitaria, diferente a lo que concebimos como estética actualmente. Según Suárez-Carballo (2019) así como el brutalismo causó impacto en el siglo pasado en la arquitectura y el diseño, actualmente lo hace en la web. Las figuras geométricas y el minimalismo le dan forma a la modernidad y a la contemporaneidad.

En la tesis de Escovar (2017) se evidencia la dificultad que tienen los proyectos independientes para darse a conocer. Por otro lado, describe los pasos necesarios para crear una página web, teniendo en cuenta los aspectos técnicos y de estética necesarios para el funcionamiento y la presentación de un portal virtual. La elección de esta tesis como referencia

para mi proyecto tiene que ver con el hecho de que su contenido corresponde a la creación de una página web para la promoción de proyectos musicales independientes.

Adicionalmente esta tesis contiene información vital para la visibilización del portal, pues se diseña una estrategia publicitaria con distintos elementos que busca generar atención sobre el proyecto. Sin embargo, los puntos que difieren de esta tesis y el tema que yo planteo, es que esta plataforma solo se encarga de promover proyectos musicales mientras que mi proyecto busca visibilizar diferentes espacios, dimensiones y prácticas en la escena alternativa e independiente.

Dentro de las distintas ramas de la cultura independiente, creo pertinente la inclusión y el análisis del arte del tatuaje ya que según Porzio (2004) existe una amplia aceptación de los tatuajes entre la población juvenil. Es de interés para este trabajo resaltar que los tatuajes hacen parte de la construcción de identidad del individuo, y que su realización va más allá del mero acto de marcar la piel.

Para profundizar en el tema del tatuaje se consultó un segundo artículo. Según Kosut (2008) el tatuaje puede plantearse como un arte que además de representar ideas, representa narrativas; es un claro reflejo humano que se lleva haciendo hace miles de años pues históricamente hay datos de tatuajes en civilizaciones ya extintas, en las que el tatuaje indicaba estatus y jerarquía. Es por esto por lo que en el texto se hace referencia a que la humanidad no puede perder estas costumbres que moldearon su historia y que le permitió un desarrollo socio cultural.

Para efectos del proyecto, este artículo difiere del tema que se ha planteado en cuanto que separa la cultura del tatuaje y la afilia puntualmente con la subcultura skinhead. Por mi parte, planteo el nexo del tatuaje con las subculturas en general, sin entrar a debatir o cuestionar sobre ideologías e ideas correspondientes a cada subcultura.

Para el desarrollo del proyecto es indispensable tocar aspectos sociales como las implicaciones que tiene la tecnología en la actualidad, en el artículo académico de Lamacchia (2012) plantea una disyuntiva como lo indica en su título “*Difusión digital de la música independiente: alcances y limitaciones*”, pues es curioso, que en una era más globalizada y digital se presenten con frecuencia problemas de difusión para los artistas independientes y emergentes.

El texto propone la idea de que, aunque vivamos en una era digital, las disqueras y en general la industria musical siguen controlando la generación y promoción de artistas. Como resultado, los artistas independientes recurren a las redes sociales como único medio de difusión en sus primeras etapas. Este artículo difiere de mi proyecto pues los datos plasmados corresponden a la Argentina y específicamente a la ciudad de Buenos Aires. Hay pocos estudios sobre cultura alternativa en Colombia.

Un punto de suma importancia en este trabajo de grado es la estética y la forma en la que la plataforma va a presentarse. Después de hacer una preselección de estilos, pienso que la plataforma debe ser utilitaria, diferente a lo que concebimos como estética actualmente. Para esto, el estilo brutalista es perfecto para este proyecto pues incluye colores y figuras geométricas, en formas y estructuras simples pero cargadas de sentido estético. Según Suárez-Carballo (2019) así como el brutalismo causó impacto en el siglo pasado en la arquitectura y el diseño, actualmente lo hace en la web. Las figuras geométricas y el minimalismo le dan forma a la modernidad y a la contemporaneidad.

La moda siempre ha estado presente en las culturas alternativas. Es por eso por lo que su inclusión es necesaria en esta plataforma. En ciudades cosmopolitas como Bogotá existen desde las últimas 2 décadas movimientos de vanguardia que plantean la creación de marcas y de formas

de distribución amigables con la economía de los clientes y con el ambiente. En un artículo académico de Bertuzzi (2017) se resaltan las alternativas en el diseño alejándose de la industria y del mercado. Se menciona además que algunos jóvenes están interesados en ser parte del escenario de la moda independiente, pues buscan apoyar marcas que son amigables en cuanto a factores socioeconómicos (pues sus trabajadores reciben un salario más justo y las prendas tienen un costo aterrizado a la realidad). Difiere de mi tema por la locación del trabajo, pues en este caso se lleva a cabo en Argentina.

El diseño industrial en el mundo y en Colombia, ha tomado una relevancia que es importante de analizar y tomar en cuenta para este proyecto. Buscando alejarse de la uniformidad de la industria, el diseño independiente ha incursionado en la creación de diferentes artefactos de calidad desde la fabricación de figuras coleccionables, pasando por el diseño en dibujos y pinturas, prendas y accesorios.

Lastimosamente esta industria sin promoción genera pocas ganancias. Adicionalmente los diseñadores que están comandando esta industria muchas veces no son profesionales. En el libro de Buitrago (2018) se proporciona un vistazo a la situación actual del diseño industrial en Colombia, teniendo en cuenta las medidas que toman las universidades para la profesionalización de la carrera. El diseño es pertinente en mi proyecto pues es un pilar importante en la escena independiente y alternativa en Colombia.

Como se mencionó antes la cultura alternativa e independiente toca más aspectos de los que somos conscientes actualmente. La agricultura sostenible busca insumos orgánicos lejanos de los conservantes y químicos industriales para desarrollar técnicas sostenibles de siembra y recolección. Según Sanjuán, Moreno (2010) estas técnicas le proporcionan al cliente alimentos

saludables sin efectos secundarios. Por otro lado, para el agricultor estas técnicas sostenibles generan un ahorro económico, además de ser amigables con el planeta.

Un punto de suma importancia en este trabajo de grado es la estética y la forma en la que la plataforma va a presentarse. Por ello, revisé referencias de páginas web de arte y diseño, pues estas además de tratar un tema importante para la investigación, permitieron que explorara distintos estilos y lenguajes gráficos pues era necesario definir un estilo para la plataforma que cumpliera con estándares estéticos. Fue así como conocí el estilo brutalista el cual fue seleccionado para la plataforma virtual.

Después de hacer una preselección de estilos, pienso que la plataforma debe ser utilitaria, diferente a lo que concebimos como estética actualmente. Para esto, el estilo brutalista es perfecto para este proyecto pues incluye colores y figuras geométricas, en formas y estructuras simples pero cargadas de sentido estético. Según Suárez-Carballo (2018) así como el brutalismo causó impacto en el siglo pasado en la arquitectura y el diseño, actualmente lo hace en la web. Las figuras geométricas y el minimalismo le dan forma a la modernidad y a la contemporaneidad.

Encontrar plataformas similares en Latinoamérica no fue una misión fácil, después de investigar sobre emprendimientos y cómo se dan a conocer, descubrí que uno de los países que más apuesta a dar a conocer emprendimientos es España. Teniendo en cuenta lo anterior, encontré plataformas como [vulka.es](http://vulka.es), [citiservi.es](http://citiservi.es) y [qdq.com](http://qdq.com). Estas cuentan con una distribución de categorías que permite encontrar servicios y productos que posteriormente son calificados por los clientes. Los portales se enfocan más en anuncios de individuos que prestan un servicio y no tanto en emprendimientos cuyo negocio sea la venta de productos.

**Figura. Ejemplo de vulka.es**



*Nota:* Pantallazo del sitio web vulka,.es. Este funciona como un directorio de empresas en España. (s.f.)

Es importante recalcar que la mayoría de portales web promocionan negocios que son muy grandes, haciendo las veces de las ya conocidas Páginas Amarillas y dejan a un lado a los emprendimientos independientes o de carácter alternativo o contracultural. En cuanto a plataformas similares al que quiero diseñar en este trabajo de grado, encontré el portal web cartelurbano.com, que se encarga de visibilizar eventos: artistas, bandas, deportes y algunas tiendas. De este proyecto podría serme útil su estética y su intención, pues para promover la cultura alternativa usa un lenguaje coloquial y relajado, que busca hacer sentir al lector cómodo e incluido.

Cartel Urbano difiere de mi proyecto en la forma de ser presentado, pues por su forma editorial, está más enfocado en periodismo mientras que mi idea es incluir pequeños textos de referencia presentando distintos emprendimientos de cultura alternativa, pero sin dejar a un lado la forma de repositorio que he propuesto desde el principio. Cartelurbano.com es una página de internet que analiza distintos componentes de la escena alternativa. Pero no cuenta con un repositorio de información de los proyectos en sus distintos campos de acción.

Como conclusión de esta sección puedo afirmar que la mayoría de los portales y páginas web que se encargan de la escena alternativa solo se enfocan en la parte musical. Por otro lado,

existen otros portales de internet que si amplían un poco sus horizontes en referencia a la diversidad en la escena, pero ninguno cuenta con una base de datos que funcione como plataforma de promoción. Por falta de visibilidad muchos proyectos terminan por castrar sus procesos de crecimiento en etapas tempranas

### **3. Marco teórico**

Definir cultura es tal vez una de las tareas más complicadas a las que se han enfrentado los teóricos puesto que consta en gran parte de capital intangible, adicionalmente a esto la cultura plantea un debate que involucra necesariamente factores económicos, políticos y geográficos. Puntualmente y a manera de contexto global Raymond Williams, cofundador de los estudios culturales ingleses, define culturas como: [...] ‘culturas’ en plural: las culturas específicas y variables de diferentes naciones y períodos, pero también las culturas específicas y variables de grupos sociales y económicos dentro de una nación (Williams, 1976).

Sin embargo, para la realización de este trabajo es pertinente entender la cultura más allá de ser una cuestión homogeneizadora encargada de establecer a individuos dentro de un imaginario colectivo, ha ampliado su espectro para ser definida. Ahora podemos incluir dentro de sus componentes a varias expresiones que anteriormente no eran consideradas como culturales y muchas veces eran rechazadas por ser diferentes a la idea refinada que se tenía de lo cultural.

Como consecuencia se hace necesario dar cabida a diferentes expresiones culturales distintas a las elitistas tradicionales, incluir también dentro de la cultura las prácticas, lenguajes y productos de la gente que no contaba con la educación y el estatus social asociados con el goce de la alta cultura.



Por eso es pertinente una clasificación de cultura, no con el fin de segregar sino para encontrar un equilibrio conciliador entre los gustos individuales y así entender la cultura como un concepto del que se desprenden ramas diferentes que permiten la inclusión de varias personas dentro de la libertad de pensamiento. Esto permitiría que la cultura refinada y tradicional viva a la par de una cultura popular sin que se prescindiera de las cualidades de ambas. Esta clasificación es de vital importancia en un país como Colombia, que cuenta con una población que en su mayoría no goza de una buena educación pero que por esto no se le puede relegar de que sus expresiones diferentes no sean consideradas como cultura.

La cultura alternativa en la actualidad se encuentra presente en un sinfín de particularidades a partir de la incursión del consumo en estas, pudiendo entenderse como una forma diferente de consumo. Entre las cualidades que estas alternativas plantean se puede encontrar un consumo responsable y consciente frente a las implicaciones que este tiene en la naturaleza y en la vida en general.

Ahora bien, si definir cultura era una tarea complicada, definir cultura alternativa lo, es más. Desde las Ciencias Sociales, se ha tratado de comprender y aprehender la noción de lo cultural, y, sobre todo, las distintas formas de experimentar lo cultural. Un punto de partida puede ser el de diferenciar la cultura hegemónica y la cultura subalterna.

La noción de lo subalterno se entiende como aquello que es marginado, estigmatizado y a veces hasta excluido por los discursos y prácticas culturales hegemónicas, es decir, nichos pequeños o grandes, que proponen nuevas prácticas culturales que trascienden o resisten a los estándares de la burguesía. “La visión de lo subalterno que se apropia y reinterpreta el discurso hegemónico, reconoce la existencia de una pluralidad de lecturas de la realidad social más allá de lo universalizado por la cultura hegemónica” (Mattelart y Mattelart, 1991). Esta pluralidad “de lo

‘subalterno’ apropiado por los sectores hegemónicos, se divide en lo subalterno “apropiado” y asumido como identidad por la diversidad de modos de prácticas de subalternidad”. Según Martínez (2008) es necesario comprender cómo se instaura y sostiene la hegemonía cultural, pero cómo paralelamente existe la cultura subalterna y como resultado de esta, la cultura alternativa. Este análisis implica enfocarse en una producción no de objetos, sino de un nuevo tipo de relaciones sociales (producción social de vida).

Otro concepto importante para llegar a una definición de las culturas alternativas es el de subcultura. Esta puede definirse como una subdivisión que busca clasificar a individuos y grupos humanos según algunos aspectos homogeneizantes. El concepto de subcultura se asoció durante años exclusivamente a las culturas juveniles urbanas. La noción de culturas juveniles propuesta por las Escuelas ibérica y mexicana se puede entender mejor a partir de lo postulado por Feixa, definiendo “ (...) las culturas juveniles como un espacio donde “(...) las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre o en espacios intersticiales de la vida institucional, [también] definen la aparición de microsociedades juveniles, con grados significativos de autonomía respecto de las instituciones adultas” (Feixa, 1998 pp 60)”.

Para entender las subculturas podemos remontarnos a dos escuelas de sociología: Chicago y Birmingham. Arce (2008) plantea a la Escuela de Chicago como la primera en formalizar los estudios sociológicos, y en interesarse por grupos disidentes como las pandillas y su conformación durante de la primera guerra mundial en el fenómeno de migración que la ciudad tuvo a causa de la guerra.

Según Arce (2008) el concepto de subcultura puede entenderse desde una vertiente francesa y una vertiente española. En el caso de la francesa, las tribus urbanas se construyen a partir del nomadismo, “es la posibilidad de la sublevación, es el salir de sí, es, en el fondo, poner

acento en todos los aspectos lúdicos, en los aspectos festivos, en un hedonismo latente, un corporeísmo exacerbado” (Maffesoli, 2004 p.37). También se hace hincapié en el entendimiento de la tribu como un momento transitorio de identificación del ser con el otro, es decir, es una necesidad de encontrarse consigo mismo, pero con una vinculación grupal. En la vertiente española, “las tribus urbanas son aquellas pandillas, bandas o simplemente agrupaciones de jóvenes y adolescentes que se visten de modo parecido y llamativo, siguen hábitos comunes y se hacen visibles, sobre todo, en las grandes ciudades” (Pere-Oriol Costa, 1996 p. 11). La diferencia con la vertiente francesa es que además de su carácter nómada, las tribus urbanas son grupos con hábitos comunes por ocio, moda, rebeldía o acto de protesta.

Los estudios de las subculturas de los últimos 30 años se han enfocado en distintos grupos y la forma en que se identifican ante la sociedad: góticos, emos, Skinheads, hippies, etc. A todos los anteriores la cultura dominante les otorgó el peso de una caracterización negativa. Ciertas miradas académicas buscan reivindicar estos movimientos, enfocándose en su idealismo y teniendo en cuenta que sus distintas prácticas inciden incluso en un consumo diferente.

Según Arce (2019) la escuela de Birmingham surge en la época de posguerra bajo la línea teórica marxista y sugiere un diálogo entre los grupos jóvenes y el mercado (como una negación de estilo a la cultura dominante y por lo tanto un primer acercamiento al concepto de contracultura). Como crítica y respuesta a las aproximaciones de estas dos primeras escuelas, surgen los estudios posculturales. “Los estudios posculturales basan su crítica al concepto de subcultura de los estudios culturales, con la idea de que esta última escuela sólo permite entender a los jóvenes de la clase trabajadora y el estilo de esa época, por tanto, está limitada a concebir sólo a las creatividades visuales y experimentaciones de aquellas identidades de otras épocas (Bennet, 2001)”.

La cultura alternativa se puede entender como un fenómeno social que surge a partir de la necesidad del ser humano para expresar sus ideas y encontrar afinidad en ellas con un grupo de personas que como característica puntual piensan y actúan de manera diferente a las habituales, las legitimadas socialmente o hegemónicas. La cultura alternativa abarcaría el conjunto de actividades de cualquier tipo, especialmente de carácter simbólico, que desbordan o incluso se contraponen a los modelos comúnmente aceptados. Mientras que las culturas subalternas serían habitualmente discriminadas o estigmatizadas por la alta cultura y la cultura dominante, las alternativas se ubicarían en una frontera borrosa entre lo hegemónico, lo subalterno y lo contracultural.

Un análisis sociológico permite relacionar los estilos de vida alternativos con maneras diferentes de vivir una vida más plena, lejos de los afanes del consumo, sin el factor económico como eje principal. Por otro lado, querer vivir de manera alternativa denota el propósito personal y colectivo por recuperar la agencia, la iniciativa que se ha perdido por el consumismo, por el afán de adquirir los bienes y servicios más promovidos por el mercado, y que se tienden a asociar con bienestar, estilo adecuado y distinción. Para muchas personas, los bienes, servicios, estilos de vida comunes y dominantes no son sostenibles ecológicamente, ni saludables, ni significativos. Las personas que se acercan entonces a las culturas alternativas le apuestan a recuperar el albedrío en aspectos cruciales de la vida como la salud y la felicidad misma.

Los estilos de vida alternativos contemporáneos denuncian implícita o explícitamente realidades injustas y malas prácticas, crean un espacio para la reflexión y la gestión de una vida responsable, desde una posición a la vez crítica y propositiva. Las culturas alternativas surgen del potencial creador e innovador de ciertos sectores sociales que se desligan de otros que pueden considerarse como dormidos por la comodidad y el facilismo que el mercado nos ofrece.

El concepto con el que más se puede relacionar a la cultura alternativa es con el de “contracultura”. Dentro de la subalternidad, cabe la categoría de lo contracultural, como una forma de ir en contra de la dominación, no de acoplarse, sino más bien, de encontrar opciones disidentes que desafían a lo hegemónico. Un ejemplo de contracultura fue el movimiento hippie de los años sesenta, entendido como “una manera suave de atacar a las instituciones que representan el sistema dominante y reproductor como son la familia, la escuela, los medios y el matrimonio” (Arce 2008). Sin embargo en tiempos más actuales, el término “contracultura” se usa para aquellas acciones que buscan salir de lo estandarizado, “bajo esta lógica, diferentes grupos de jóvenes lo utilizan para hacer hincapié en la diferencia y en la propuesta de nuevas visiones y perspectivas” (Arce 2008). Según Martínez:

“La lucha contra la dominación es cultural, no contracultural. Aunque sí queda claro que existe una diferenciación entre lo subalterno que se adapta a lo hegemónico, y lo subalterno propositivo. Este segundo, al reconocerse y reconocer las condiciones en las que se desenvuelve, debe subvertir las relaciones de dominación subvirtiéndose a sí mismo. Este sería el primer paso para la conformación de un proyecto que en principio podríamos llamar alternativo” (p.19)

El concepto de contracultura fue creado por el historiador estadounidense Theodore Roszack en su libro publicado en 1968: *El nacimiento de una contracultura* (reedición española en Kairós, 2005), en el que analizó la revolución social de los sesenta, en los que se criticaba los valores culturales dominantes como la tecnocracia, los esquemas de relación familiar y sexual tradicionales. Para Roszack la contracultura es una “exploración del comportamiento concreto de la conciencia” y “la experiencia psicodélica se nos muestra como uno entre otros métodos posibles de explorar esa exploración” (Roszack, 2005. pp 171). El concepto de cultura alternativa es

entonces menos disidente, puesto que la “alternatividad” en la cultura se enfoca más en acciones cotidianas hechas de manera diferente. Las culturas alternativas no son necesariamente marginadas o estigmatizadas por la cultura hegemónica, como si es el caso de las culturas subalternas.

Las culturas alternativas se vienen gestando desde hace muchísimos años, algunas expresiones han sido cooptadas por el mercado, pero otras han surgido, con propuestas novedosas, radicales incluso, que se acercan a lo contracultural. Estos emprendimientos innovadores han influido directamente en los hábitos de consumo de las personas.

Aunque ese no sea necesariamente su objetivo, las formas alternativas de consumo no solo benefician a las personas que se plantean la creación de emprendimientos sino también a las grandes empresas que le apuestan a reformar sus modelos de producción y su oferta para ser más atractivas para los consumidores. De manera que las culturas alternativas a veces terminan por cambiar la cultura dominante, son instancias de transformaciones sociales importantes y urgentes, que de otra manera sería muy difícil que ocurrieran. En síntesis, las culturas alternativas son la expresión de cambios en las formas de consumo del público que a su vez generan a veces cambios responsables en los productores masivos.

Ahora bien, cabe la pregunta de por qué ciertos sectores de la población proponen o acogen esas culturas alternativas. Para responderla es de vital importancia analizar la educación que se recibe, el cultivo personal de uno mismo, todo el entorno o habitus (Bourdieu, 1987) del que surgen las personas, el sinfín de tradiciones y prácticas que van construyendo la subjetividad y el capital social y cultural de las personas. El capital cultural no necesariamente se encasilla en los estándares socioeconómico.

#### 4. Metodología

Para la investigación de este proyecto es pertinente el uso de métodos de carácter cuantitativo y cualitativo. El análisis cuantitativo permitirá conocer algunas cifras y porcentajes sobre consumo y promoción de la cultura alternativa y sus estilos de vida. Adicionalmente para explorar el potencial y la pertinencia de [alternante.co](http://alternante.co) para atraer a personas interesadas en las culturas alternativas, se realizará una encuesta en una muestra no probabilística de estudiantes de comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, indagando sobre su conocimiento de emprendimientos alternativos.

La encuesta es solamente un sondeo con el fin de recaudar datos sin pretensiones de generalización ya que no cuenta con rigor metodológico científico. Pero se consideró útil para evaluar el posible interés de personas jóvenes sobre emprendimientos y culturas alternativas.

Por otro lado, se necesita investigación cualitativa para entender las características y describir ciertos aspectos correspondientes a la cultura alternativa y a sus estilos de vida. Debido a que el proyecto resultare en una plataforma virtual, se necesita que la investigación aborde plataformas similares y así tener más ideas en cuanto a forma y funcionalidad de la plataforma.

En la realización del estado del arte que se presentó en un capítulo anterior se analizaron 8 textos cuya lectura permitió establecer los parámetros estéticos y técnicos necesarios para la creación de un portal virtual.

Adicionalmente, el estado del arte realizado combinado con mi experiencia como joven estudiante urbano y las conceptualizaciones del marco teórico permitieron profundizar en los aspectos teóricos y sociológicos que giran alrededor de los estilos de vida alternativos e independientes.

La plataforma se encargará de visibilizar estilos de vida alternativos como:

*El veganismo, el vegetarianismo y la culinaria en general:* constituyen una alternativa a la crueldad contra los animales y a los malos hábitos de producción alimenticios. Nichos de vanguardia en esta ciudad han propuesto restaurantes cuya asistencia hace parte de una experiencia enriquecedora de diseño, música y estética. Para nuevos adeptos a estos estilos será de mucha ayuda contar con un repositorio de restaurantes y mercados o sistemas de distribución que ofrezcan alimentos acordes a sus intereses.

*El diseño industrial, el arte y la moda:* se basan en la crítica radical al consumo industrial al que estamos expuestos, impulsado por una publicidad en gran medida engañosa. Estos estilos de vida buscan una manera de consumo consciente, responsable y crítico. Artículos que van desde juguetes y figuras con significados sociales, pasando por el arte urbano ya plasmado en presentaciones accesibles para tenerlas en el hogar y hechas por famosos artistas del grafiti, y terminando por ropa que le abre las puertas a diseñadores poco conocidos que venden prendas más duraderas y únicas, alejándose del consumo industrial que conocemos como fast fashion, la producción en maquilas inhumanas y muy contaminantes.

*Servicios estéticos alternativos:* para el apartado de servicios es importante resaltar emprendimientos como las barberías o estudios de tatuajes, que gozan de una popularidad creciente normalizando comportamientos y modificaciones estéticas que antes eran estigmatizadas.



*Supermercados y tiendas saludables:* así como es importante que existan lugares apropiados y representativos para comer fuera de casa, es indispensable que existan lugares que cumplan la función de abastecer los hogares de los miembros de culturas alternativas. Es por esto por lo que existen tiendas que expenden alimentos con cualidades orgánicas y naturales, además de vender productos hechos de manera no industrial que no se consiguen en almacenes de cadena.

*Música:* tal vez es el insumo que se creería más popular dentro de la cultura alternativa, abriendo el campo a géneros musicales y a artistas que no encajan necesariamente en los prospectos que el mercado y la industria musical considera como popular. La música independiente y alternativa se basa en la autogestión, pues el mercadeo y futura visibilización de este material depende de la gestión del mismo artista.

La investigación se centrará en corrientes de diseño y su interacción actual con el mundo virtual. Para los aspectos técnicos se tomarán portales virtuales existentes y similares con la intención de entender su funcionalidad y jerarquizar las opciones que mi plataforma ofrecerá. Es importante para la investigación del proyecto contar con recursos técnicos sobre la creación de páginas web, aplicaciones y portales virtuales pues es un tema que se aleja en ocasiones a lo que aprendí durante mi carrera. Este aprendizaje empírico permitirá que el portal web salga al público y cuente con cualidades funcionales para prestar el servicio esperado

**Figura. Ejemplo sección de moda de alternamente.co**



*Nota:* El pantallazo corresponde a los primeros bosquejos de alternamente.co

La investigación también constará de entrevistas semiestructuradas a miembros de colectivos puntualmente escogidos según sus nichos, que darán cuenta de una visión mucho más personal y práctica de las alternativas existentes en la cultura alternativa. Puntualmente en las entrevistas se indagará por las conductas de consumo de los miembros de estas diversas culturas independientes, incluyendo aspectos como la autogestión y el apoyo a emprendimientos que estén apartados de la producción industrializada.

Así mismo se entrevistará a emprendedores que han logrado establecer sus negocios en torno a las alternativas que los colectivos independientes buscan. Con las entrevistas además de indagar sobre el consumo, se busca precisar cómo las dinámicas de consumo y la industria terminan afectando a los pequeños emprendimientos.

En cuanto a la dimensión cuantitativa, se investigará métricamente las visitas que tienen portales similares al que se quiere diseñar y posteriormente se hará un análisis con la intención de precisar el flujo de interacciones que tienen. Esto será útil no solo para jerarquizar los temas y las categorías que se incluirán en la plataforma, sino también para encajar en los estándares de

interés de los usuarios. Puntualmente la investigación se tuvo en cuenta a la plataforma *cartelurbano.com*, pues esta comparte el objetivo de visibilizar una parte de nuestra sociedad que los medios tradicionales no están interesados en mostrar y por medio de esto catapultar emprendimientos y estilos de vida al conocimiento general.

Es importante resaltar que cartel urbano desarrolla su contenido desde una perspectiva editorial y transmedial, diferenciándose de la plataforma de este proyecto en tanto que esta busca una finalidad mucho más utilitaria pero sin dejar completamente a un lado la composición editorial que permita no solo vender un emprendimiento sino contar su historia, sus ideas y así popularizar un estilo alternativo.

**Figura. Ejemplo cartelurbano.com**



*Nota:* El pantallazo corresponde a la sección: creadorescriollos del sitio web *cartelurbano.com*. (s.f.)

Hablando del portal en cuanto a aspectos de diseño y funcionalidad, constará de un repositorio que clasificará los emprendimientos alternativos según las categorías de servicios que estos ofrecen. Este repositorio se divide entre comidas, servicios (como barberías, peluquerías

etc.), supermercados que vendan y promuevan estilos de vida alternativos como elementos orgánicos y veganos, moda, diseño, música y transporte. Adicionalmente en cuanto a diseño, después de investigar corrientes artísticas que han influenciado en la estética de las páginas web se decidió que el brutalismo es la mejor opción, pues permite una organización en donde predominan las figuras geométricas y la armonía que estas brindan. La elección corriente permitirá adicionalmente que el portal sea organizado y minimalista, enfocándose en su funcionalidad sin dejar a un lado el diseño moderno y utilitario.

**Figura. Ejemplo sección de videos de alternamente.co**



*Nota:* El pantallazo corresponde a los primeros bosquejos de la sección de reseñas de alternamente.co

Para poder establecer las métricas de la página web, se compró un dominio web que ofrece conteo de visitas. Adicionalmente la página cuenta con sus respectivos perfiles en redes sociales como Instagram y Facebook que facilita la medición, monitoreo y conteo del flujo de visitantes y usuarios de las páginas. Estos perfiles en redes sociales permiten además tener un contacto con las personas por medio de mensajes directos. Esta conexión permitirá conocer las inquietudes de nuestros usuarios. Adicionalmente en el portal web se estableció una pestaña de contacto que se

conecta directamente a una casilla de correo electrónico, esto por si el usuario no llegó a la página por las redes sociales.

Buscando que el portal fuera atractivo para los visitantes, se incluyó una pestaña que dirige al usuario a la sección de reseñas. Estas se presentan como pequeñas cápsulas audiovisuales de no más de 1 minuto presentando los emprendimientos seleccionados. Estos productos audiovisuales originales y que seguirán ampliándose durante el tiempo de vida de la plataforma, incluyen información general de cada emprendimiento que permitirá que las personas se hagan una idea del negocio, su localización, sus espacios y sus servicios. Hasta el momento de entrega del trabajo de grado hay 10 micro-reseñas en la página web.

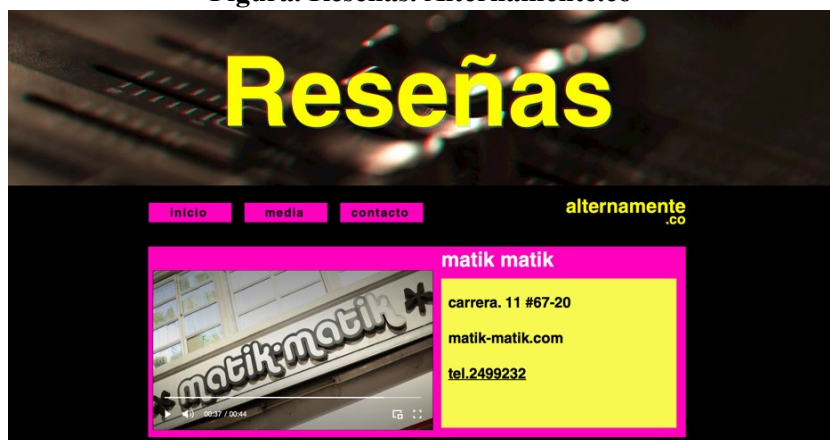
Dadas las circunstancias de pandemia, muchos de los emprendimientos estaban cerrados o con sus actividades limitadas por lo que algunos productos audiovisuales fueron grabados antes de esta contingencia. Otros se beneficiaron de la declinación de la pandemia en el segundo semestre de 2021. Los videos le agregaron más dinamismo a la página, pues el 80% de los usuarios que entran a sitio web prefiere mirar un video, mientras que un 20% leerá textos . (Wideo 2020)

La información de los productos audiovisuales fue consignada en un guion, posteriormente esta fue grabada con mi voz y respectivamente editada en adobe Audition y finalmente fue puesta como narración de los videos en Adobe Premiere pro. Se trata de reseñas breves, ágiles y llamativas editadas acorde a la estética de la página, estas intentan transmitir entusiasmo por el emprendimiento y la cultura alternativa del que surgió.

Para hablar de la construcción del sitio web hay que tener dos directrices primordiales en cuenta: el diseño y los demás aspectos técnicos que dan forma y funcionalidad a la página. Para esto en primera instancia se seleccionó una paleta de colores que incluía tonos de amarillo y colores tierra. Estas tonalidades escogidas evolucionaron en tonos amarillos, rosados y negros que

estarán presentes en todas las pestañas de la página con la idea de proporcionarle uniformidad a la misma.

**Figura. Reseñas. Alternamente.co**



*Nota:* El pantallazo corresponde a la sección de la página web de reseñas, puntualmente del video de Matik Matik (s.f.)

Posteriormente se seleccionó al programa Adobe Dreamweaver para aspectos de código HTML, adicionalmente se llevó a cabo la compra de un dominio en wix.com con la idea de acompañar el proceso del código y que mis no tan avanzadas habilidades en la escritura del mismo fueran a dañar el proceso de funcionalidad.

Como se mencionó anteriormente, se buscó desde un principio que la página fuera minimalista, utilitaria y brutalista. Para esto era indispensable el uso de figuras geométricas de cuatro lados basando su diseño en las páginas de finales de los 90s y principios de los 2000. Esta inclinación al uso de cuadrados responde a optimizar la organización de los contenidos aprovechando mucho mejor el espacio.

**Figura Ejemplo de Alternamente.co**



*Nota:* El pantallazo corresponde a las primeras etapas del diseño de la página web. (s.f.)

Después de establecer la paleta de colores para la página, se estableció un orden de la *landing page*, en la que se pretendió en primera instancia definir que es *alternamente.co* acompañado de las distintas categorías en las que están divididos los emprendimientos y la sección de recomendados musicales que está enlazada a una lista de canciones en Spotify con artistas independientes. Seguido a esto el usuario encuentra una sección de nuevos emprendimientos ingresados al repositorio y una galería con los productos destacados de ellos. Al escoger los nombres para cada una de las categorías se pensó que estos no deberían ser genéricos, por eso se escogieron:

**Tabla 1. Nombres de categorías**

<u>Nombre</u>	<u>Discriminación</u>
Come mejor	Restaurantes
Decorarte	Tatuajes y modificaciones
Merca mejor	Productos orgánicos
Diseña tu mundo	Diseño y figuras de colección
Vístete diferente	Moda
Muévete saludablemente	Alternativas de transporte
Sonidos	Música

*Nota:* (Elaboración propia)

Figura. Landing page de Alternamente.co



*Nota:* Este pantallazo muestra la evolución en cuanto a colores y organización de la página. (s.f.)

Posteriormente al entrar a cada categoría, se encuentra un pequeño párrafo explicativo a manera de introducción, acompañado de los emprendimientos específicamente acomodados a manera de cuadrícula, a esto se le agregó tres puntos clave que caracterizan cada negocio. Esta organización permite saltar entre emprendimientos y entrar al que más interese al usuario. En cada página individual se encuentra el nombre del lugar, la dirección, un enlace a sus redes sociales, una pequeña descripción de su oferta y una galería donde se exponen sus productos. Finalmente se vuelven a agregar los datos de contacto con la intención de que el usuario no vuelva a la parte superior del sitio para hacer contacto.

Figura. Ejemplo de página individual de cada emprendimiento



*Nota:* Este pantallazo muestra la organización y los datos de cada emprendimiento. (s.f.)



Mientras que se llevaba a cabo las modificaciones finales de la página web se evidenció que hacía falta su versión móvil, puesto que la mayoría de las personas a las que se les envió el enlace con la intención de recibir comentarios y sugerencias, manifestaban que no les cargaba porque intentan abrirlo desde un teléfono inteligente. Es por eso que se vio la necesidad de crear una versión móvil a partir de los mismos preceptos con los que se había diseñado su versión de escritorio. Para seguir la disposición de figuras geométricas se estableció la organización de las categorías a manera de cuadrícula, pues está permitía manejar mejor el espacio.

**Figura. Ejemplo de versión móvil de la pagina**



*Nota:* Este pantallazo muestra la distribución de iconos de la versión móvil. (s.f.)

La optimización de la página en su versión móvil permite acceder a muchos más usuarios que prefieren hacer sus consultas desde teléfonos móviles, esta versión funciona como un complemento a la versión de escritorio, pues sirve como una guía portátil para llevar este repositorio y directorio de ideas a donde sea. Adicionalmente la versión para celulares dispone de la misma conexión a las redes sociales de cada emprendimiento, pero más intuitiva, pues direcciona al usuario directamente a la aplicación de Instagram, esto sucede también con la sección de recomendado musical, que al tocar el icono de Spotify abre directamente la aplicación.

## 5. Hallazgos

Durante la investigación que se llevó a cabo para hacer este trabajo de grado, se realizaron entrevistas semiestructuradas con la intención de conocer los diferentes puntos de vista de emprendedores cuyos negocios correspondían a las características de emprendimientos alternativos. Las respuestas a estas entrevistas positivamente dan cuenta del panorama de los emprendedores en el país y el porqué de la incursión en estas industrias.

Puntualmente en la entrevista a la productora de jabones naturales COVAL, se confirmó lo que se había planteado en primeras instancias con este proyecto, los emprendedores carecen de un portal que junte sus ideas de negocio según su categoría, y que a su vez esta se encargue de promocionarlos y crear nuevos lazos con nuevos consumidores. Al realizarse la pregunta: ¿Considera que hace falta una página web que compile emprendimientos como el suyo? Su respuesta fue:

“Si, básicamente porque no existe una página web que nos organice a los emprendedores y nos haga llegar a más gente, salvo las redes sociales pero estas tienen corto alcance a menos de que uno destine una cantidad específica de dinero para promocionar las publicaciones o el perfil.”

Para categorizar un emprendimiento como alternativo e independiente hay que tener en cuenta aspectos como la autogestión, adicionalmente se debe conocer la solución o diferencia que producto plantea frente a sus competidores industriales. En el segmento de shampoos y jabones es conocido el uso de químicos que pueden no ser saludables para el usuario, es por eso que en la entrevista con COVAL también se indago por su diferencial de mercado. A la pregunta: ¿Qué

ventajas plantea esta alternativa de consumo a diferencia los productos ofertados por las grandes cadenas de almacenes de mercado? Respondieron:

“El proyecto propone una solución contra la contaminación medio ambiental, prescindiendo de envases plásticos o sus derivados, y la utilización de insumos que no cuentan con ingredientes nocivos para el ser humano ni el medio ambiente, como: parabenos, fosfatos, petroquímicos, sulfatos y sales. [...] El proyecto se basa en elaborar un producto de calidad de forma responsable, ética, honesta, íntegra y apasionada, evitando en lo posible el uso de plásticos que contaminan el medio ambiente, promoviendo la industria colombiana y en pro de la salud prescindiendo de insumos dañinos para está, también quitando las sales de los shampoos debido a que está comprobado que generan enfermedades irreversibles.”

Es pertinente analizar estas alternativas de consumo desde una ética del consumo. Estos negocios basan su materia prima de componentes más costosos, pero que al llegar al consumidor generan un resultado positivo, y esté esperando ese efecto positivo en su salud no repara en pagar el aumento en el costo de estos productos. En cuanto a la ética de consumo, los negocios deben balancear los precios para que genere ganancias sin que el producto sea demasiado costoso y difícil de vender.

En lo anterior radica el problema de los emprendimientos alternativos, este trabajo permitió conocer que las ganancias que generan no son proporcionales con el costo que tiene la fabricación de productos causando que los negocios muchas veces entren en crisis. Según la empresa de jabones naturales COVAL (2021), los productos de los que consta su materia prima son muy costosos y tienen que compensar su fabricación aumentando los precios.

A la pregunta ¿qué ventajas planteaba su alternativa de consumo? Gastronomy Market respondió:

“Somos un mercado saludable para personas que tienen una dieta diferente, vendemos productos orgánicos que no contaminan, no tienen químicos ni conservantes y son libres de azúcar y gluten. Básicamente nos basamos en el cuidado de la salud en general (Gastronomy Market, comunicación personal, 20 de agosto de 2021).

Es importante señalar otro hallazgo importante de esta investigación, los emprendimientos no importa cuál sea su categoría se enfocan en la personalización como una oferta de valor. Un ejemplo de esto es el mercado orgánico El Balú, que propone personalizar los productos que tienen disponibles con la intención que la gente que necesita de una dieta específica pueda adquirirlos.

“Nuestra propuesta de valor es también la alternativa que presentamos a nuestros clientes, esto nos permite diferenciarnos del típico supermercado donde no le permiten al cliente elegir ingredientes de los productos que consume” (Mercado Orgánico El Balú, comunicación personal, 11 de septiembre de 2021).

El colectivo artístico Metamorfosis es otro ejemplo de las ventajas de la personalización, pues su portafolio de productos incluye la venta de prendas de segunda mano intervenidas por artistas que plasman su toque en cada prenda. Posteriormente son subastadas con la intención de que sea el cliente quien le ponga precio y valore su arte. Este además es un ejemplo de las oportunidades sostenibles que ofrecen los emprendimientos cuya meta es fomentar el consumo responsable de prendas y ser una alternativa a las lógicas de consumo *fast fashion* que promueven las empresas industriales. Esta práctica de intercambios y ventas de ropa de segunda mano es cada vez más popular en la ciudad, establecimientos como Mercado Negro, (que cuenta con una mención en [alternamente.co](http://alternamente.co)) venden prendas exclusivas conseguidas en boutiques y tiendas de

segunda mano alrededor del mundo, respaldando su exclusividad y exponiendo productos de los que solo existe una pieza.

“La idea es que nuestros clientes nuevos se quiten de la mente el estigma de comprar ropa usada y que entiendan los beneficios que puede llegar a tener su consumo. Que la ropa sea usada no significa que esté en mal estado o sucia, además la intervención de nuestros artistas convierte a la prenda en exclusiva” (Metamorfosis, 7 de octubre de 2021).

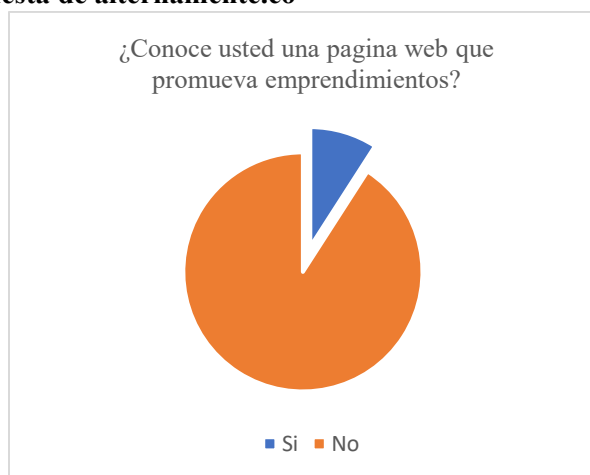
Por otra parte, ante la incógnita de si era pertinente la creación de una página web como [alternamente.co](http://alternamente.co), las entrevistas ratificaron que los emprendedores necesitan una página que muestre y promocióne sus emprendimientos, siendo esta un complemento a las redes sociales que estos negocios ya poseen. Adicionalmente también se confirmó que los emprendimientos alternativos basan su promoción en medios convencionales como volantes o anuncios, pero que han evolucionado a técnicas de marketing BTL especializándose en nichos pequeños de clientes interesados en alternativas al consumo industrializado. Lo anterior demostró que las herramientas que tienen los emprendedores giran alrededor de las redes sociales y la autogestión que estas les permiten hasta cierto punto, pero que aun así no alcanzan la difusión que les gustaría tener.

“Nosotros vendemos nuestras prendas desde nuestra página de internet. Inicialmente solo por ahí y por Instagram. Pero para tener más clientes decidimos distribuir nuestra ropa en tiendas geeks de Bogotá, que nos abrieron las puertas y así resolvimos el problema de no tener un local propio” (Rockgota, de octubre de 2021).

Adicionalmente para explorar el potencial de [alternamente.co](http://alternamente.co) para atraer a personas interesadas en las culturas alternativas, se llevó a cabo una encuesta entre estudiantes de comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, en la que se les preguntó si conocían alguna

página web que promocionara emprendimientos alternativos. De conocer una debían indicar su nombre, de no conocer debían responder si les parecía necesaria la creación de una. Esta encuesta es solamente un sondeo sin pretensiones de generalización ya que no cuenta con rigor probabilístico.

**Figura Resultado de la encuesta de alternamente.co**



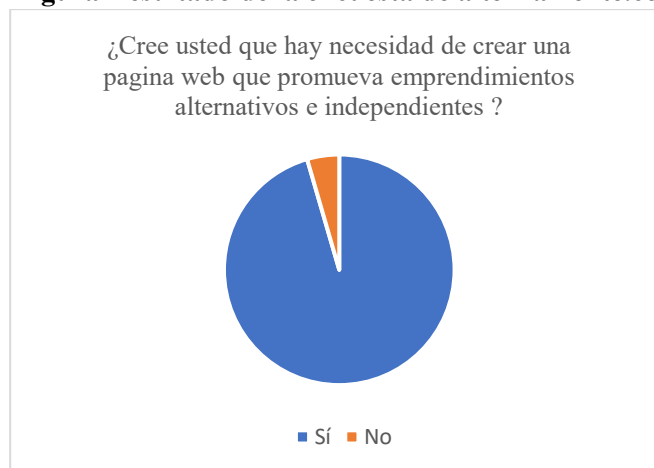
*Nota:* Esta grafica muestra que el 90,9% de las personas no conocen una página que promueva emprendimientos alternativos. (s.f)

En el apartado que permitía escribir el nombre de una empresa que el encuestado pensara que hacia lo mismo de alternamente.co, se encontró el resultado de Buro. Esto permitió ratificar en el diseño las intenciones de no querer ser similar a Buro, pues los negocios que se exponen ahí responden a otras necesidades, otros valores y no están relacionados con la ideología de la cultura alternativa que alternamente.co plantea.

A la segunda pregunta de la encuesta fue ¿Cree usted que hay necesidad de crear una página web que promueva emprendimientos alternativos e independientes? En su mayoría los encuestados respondieron que, si había necesidad, esto confirma el afán de apoyar y promover los

emprendimientos alternativos que carecen de difusión y esta resulta en prematuras bancarrotas y cierres.

**Figura Resultado de la encuesta de alternamente.co**



*Nota:* Esta gráfica muestra que el 95,5% de las personas encuestadas cree que es necesario una página como alternamente.co. (s.f.)

## 6. Conclusiones

Adentrarme en el proceso de investigación, análisis, creación del portal y escritura del proyecto fue un reto enorme. La idea de entrar en el campo de la creación de páginas web y la producción de reseñas en formato audiovisual, y sus implicaciones técnicas significó que tenía que aprender cosas que no había visto en la carrera. Quise crear un portal web funcional y con rigor estético, que fuese útil para promocionar emprendimientos alternativos e independientes. Creo que se logró que la página web fuera amigable con el usuario, que le permitiese conocer y navegar de una manera fluida.

El proceso estuvo marcado por la constante investigación y mucha lectura, pues para encontrar emprendimientos alternativos e independientes requirió una extensa búsqueda que no

solo se podía llevar a cabo virtualmente. Salir a la calle fue fundamental para el desarrollo del proyecto, pues conversar con las personas que conforman a las distintas culturas alternativas es la única manera que existe para entender sus contextos, ideales y distintas visiones de mundo. Las culturas alternativas e independientes están justo al frente de nosotros y muchas veces nos dejamos guiar por los medios hegemónicos que nos venden la cultura masiva como la correcta, sin tener en cuenta otras alternativas.

Con respecto a la exploración que se llevó a cabo, es necesario mencionar que la investigación de portales y proyectos similares permitió la recolección de información necesaria para articular el proceso de creación de la página, jerarquizando ideas y contenidos para la plataforma, identificando diferenciales y temas necesarios para ser incluidos en el portal web.

Así mismo uno de los aprendizajes más grandes es entender que son las culturas y estilos de vida alternativos e independientes y su importancia, pues, gracias a estos nuestra sociedad se enriquece culturalmente y se logra mantener vivos a otros sectores de la economía. Las alternativas del consumo nos demuestran que hay formas diferentes y mejores de concebir nuestra vida, nuestros hábitos y nuestro consumo. De igual manera, gracias a la difusión de culturas alternativas, la sociedad es consciente de que sus costumbres y prácticas dominantes tienen graves impactos en su salud y en la condición del planeta. Paralelamente la investigación permitió conocer el impacto de la contracultura en la sociedad, pues a lo largo de los años estos movimientos han configurado una suerte de resistencia ante la hegemonía cultural, inspirando la creación de colectivos que trabajan en distintos sectores de la cultura, desde la música y la moda hasta el arte y la alimentación.

Por otra parte, es notable resaltar la importancia de las nuevas tecnologías en nuestras vidas y cómo los algoritmos que forman las redes sociales definen nuestro consumo, no se trata solo de



usar las redes sociales con un fin de mero entretenimiento, sino de cuestionarse la implicación de la publicidad que inconscientemente nos guía hacia un consumo industrial y masivo.

La creación de *alternamente.co* es una forma de resistencia pues, se está usando la tecnología para empoderar aún más a los emprendedores que están alejados de los sectores masivos y que les apuestan a formas de vida más amables y saludables. Sin embargo, es importante entender a las culturas alternativas como una rama que se desprende del significado universal de cultura y no como un fenómeno emergente o una moda.

A su vez se confirmó la necesidad de difusión que tienen los emprendimientos alternativos e independientes, pues en las entrevistas se corroboró que el alcance que proponen las redes sociales no es suficiente para alcanzar a nuevos clientes. Esta necesidad permitió generar una organización de emprendimientos para que los usuarios llegaran a nuevos resultados a partir de tener en cuenta sus búsquedas, así se logró clasificar los emprendimientos en grupos según sus características.

Finalmente, la investigación permitió concluir que la creación y el mantenimiento de la página web *alternamente.co* es de importante debido a la urgencia de difusión que tienen los emprendimientos alternativos. Iniciativas como la de este portal ayudan a fomentar el conocimiento de alternativas de consumo y de comportamiento, que contribuyen a mejorar la vida de las personas y ajustar aspectos del entorno social en el que vivimos. *Alternamente.co* ofrece la posibilidad a pequeños negocios a darse a conocer en un mundo donde no existen portales web que cumplan esa función.

## 7. Referencias

- Arce, T. (2008) Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología*, vol. 6, núm. 11, noviembre-diciembre, 2008, pp. 257-271
- Bennet, A. (2001). *Cultures of Popular Music*, United Kingdom, Open University Press.
- Bertuzzi F & Escobar D (2017). Un acercamiento al diseño independiente de moda y las oportunidades de crecimiento comercial en el contexto actual argentino. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N° 64.  
[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=627&id\\_articulo=13067](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=627&id_articulo=13067)
- Bourdieu, P. (1987). Los Tres Estados del Capital Cultural. *Sociológica* (México), Vol. 2(Nº. 5), pp. (11-17)
- Escovar L. (2017). CORAL: Plataforma web para la promoción y difusión de proyectos musicales e independientes de Colombia. Repositorio Pontificia Universidad Javeriana  
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/39768>
- Feixa, C. (1998). *El reloj de arena: culturas juveniles*, México, Causa Joven-IMJ.
- Kosut, M. (2000). Tattoo Narratives: The intersection of the body, self-identity and society, *Visual Sociology*, 15:1, 79-100
- Lamacchia, M. (2012) Difusión digital de la música independiente: alcances y limitaciones. *Revista Avatares de la Comunicación y la Cultura*.  
<http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/view/2511>
- Maffessoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus: el ocaso del individualismo en las sociedades postmodernas*, México, Editorial Siglo XXI.
- Martínez, Y. (2008). *Culturas alternativas más allá de la contraculturalidad*. DEI, Departamento Ecuménico de Investigaciones.  
[http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Costa\\_Rica/dei/20120710014106/culturas.pdf](http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Costa_Rica/dei/20120710014106/culturas.pdf)
- Mngwide Herramientas para Agencias, Vídeo. (2020). 10 estadísticas que comprueban la necesidad del video marketing, <https://wideo.co/es/blog/10-estadisticas-que-comprueban-la-necesidad-del-video-marketing>

- Costa, P. Pérez Tornejo, J & Tropea, F. (1996). Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia, Barcelona, Paidós Estado y Sociedad.
- Porzio L (2004). Skinheads. Tatuaje, género y cultura juvenil. Universitat de Barcelona Revista de Estudios de Juventud,  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3255622>
- Roszack, T. (2005). El nacimiento de una contracultura, España, Editorial Kairós
- Sanjuán J, & Moreno N (2010) Aplicación de insumos biológicos: una oportunidad para la agricultura sostenible y amigable con el medioambiente. Revista Colombiana de Biotecnología 12.  
[https://www.researchgate.net/publication/260772115\\_Aplicacion\\_de\\_insumos\\_biologicos\\_una\\_oportunidad\\_para\\_la\\_agricultura\\_sostenible\\_y\\_amigable\\_con\\_el\\_medioambiente](https://www.researchgate.net/publication/260772115_Aplicacion_de_insumos_biologicos_una_oportunidad_para_la_agricultura_sostenible_y_amigable_con_el_medioambiente)
- Suárez-Carballo, F. (2019). El lenguaje visual del diseño web brutalista. Doxa Comunicación, 28, Versión preprint.
- Williams R (2003), Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad, Buenos Aires, Nueva visión pp. (89-93)