


**ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA ICONOGRAFÍA EN LAS CHIVAS TURÍSTICAS  
EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

**FERNAN ARIAS RAMIREZ**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN – ANTIOQUIA  
2019**



**ANÁLISIS SEMIÓTICO DE LA ICONOGRAFÍA EN LAS CHIVAS TURÍSTICAS  
EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN**

**FERNAN ARIAS RAMIREZ**

**PROYECTO DE GRADO**

**DOCENTE:**

**MARÍA CECILIA GONZÁLEZ CALLEJAS  
MAGISTER EN COMUNICACIÓN**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y CIUDAD  
MEDELLÍN – ANTIOQUIA**

**2019**



**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Ciudad y fecha**

Dedico todo mi trabajo y mi esfuerzo a mis padres, que me dieron la vida, que tomaron una decisión de amor, al permitirme desarrollarme profesionalmente y siempre me han apoyado para llevar a cabo una formación plena y satisfactoria para mi vida.

Sin su ayuda, no habría sido posible este logro más para mi vida, para alcanzar mis objetivos personales y emprender un camino para plasmarme un futuro lleno de éxitos.

Agradezco a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de mi trabajo de grado desde los siguientes cursos:

VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: María Cecilia González Callejas

VIII Nivel - Semiótica de la Educomunicación: Nérida María Montoya Ramirez

IX Nivel – Etnografía de la Comunicación – Educación: Astrid Helena Arregoces Solano.

X Nivel – Comunicación, Educación y Ciudad: María Cecilia González Callejas

TABLA DE CONTENIDO	PÁG.
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>11</b>
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA.....	13
1.3 DELIMITACIÓN TEMÁTICA.....	13
1.3.1 Sujeto.....	13
1.3.2 Tiempo y escenario.....	13
1.4 OBJETIVOS.....	14
1.4.1 General.....	14
1.4.2 Específicos.....	14
<b>2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL.....</b>	<b>15</b>
2.1 ANTECEDENTES.....	15
2.1.1 Redacción Vehículos, periódico El Tiempo, año 2014.....	15
2.1.2 ¿Y qué fue del patrimonio urbano arquitectónico de Antioquia?.....	16
2.1.3 Metodología para estudio de demanda de transporte público de.....	17
pasajeros en zonas rurales (Buses de escalera)	
2.1.4 Camiones de Escalera: iconografía visual campesina rodante como expresión viva de la cultura y gráfica popular colombiana.....	17
2.1.5 Camiones de Escalera: iconografía visual campesina rodante como expresión viva de la cultura y gráfica popular colombiana.....	18
2.1.6 Estudio de los elementos simbólicos e iconográficos de la	

tradicional ‘chiva’, aplicados a la moda y las posibilidades de inspiración para la creación de una colección de accesorios, bolsos 2009.....	19
2.1.7 Las reinas de la trocha.....	20
2.1.8 Artesanías de Colombia: Identidad y simbología. La chiva, patrimonio cultural colombiano.....	22
2.2 SEMIÓTICA.....	23
2.2.1 El signo.....	24
2.2.1.1 Icono.....	24
2.2.1.2 Índice.....	24
2.2.1.3 Símbolo.....	25
2.3 ESTADO DEL ARTE.....	26
2.4 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN.....	27
2.5 LA SIMBOLOGÍA.....	28
2.6 SÍMBOLOS.....	29
2.7 HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIOQUIA.....	30
2.8 HISTORIA DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN EL VALLE DE ABURRÁ.....	32
2.9 DECORACIÓN Y ARTE EN LAS CHIVAS TURÍSTICAS.....	35
2.10 RECURSOS PARA “ENGALLAR” LAS CHIVAS Y SUS NOMBRES.....	35
2.11 ICONOGRAFÍA.....	36
2.12 ICONOGRAFÍA E ICONOLOGÍA DE LA SEMIOLOGÍA O SEMIÓTICA.....	38
2.13 HISTORIA DE LA ICONOGRAFÍA EN COLOMBIA.....	41

<b>2.14 EMBLEMAS.....</b>	<b>42</b>
<b>3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>45</b>
<b>3.1 PARADIGMA O ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>46</b>
<b>3.2 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>47</b>
<b>3.4 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTE.....</b>	<b>49</b>
<b>3.5 PLAN DE TRABAJO Y PRESUPUESTO.....</b>	<b>50</b>
<b>3.5.1 Cronograma.....</b>	<b>50</b>
<b>3.5.2 Presupuesto.....</b>	<b>51</b>
<b>4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS Y TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS.....</b>	<b>51</b>
<b>4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO Y CATEGORIAL.....</b>	<b>63</b>
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>103</b>
<b>6. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>107</b>
<b>7.1 INSTRUMENTOS.....</b>	<b>107</b>
<b>7.1.1 Observación participante.....</b>	<b>107</b>
<b>7.1.2 Diario de campo.....</b>	<b>109</b>
<b>7.1.3 Entrevista a conductores de las chivas turísticas, de la empresa</b>	

<b>Chivas Rumba en Medellín.....</b>	<b>111</b>
7.1.3.1 Entrevista a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en Medellín.....	111
<b>7.2 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS.....</b>	<b>111</b>
<b>7.3 FOTOGRAFÍAS Y EJEMPLOS DE LAS CHIVAS.....</b>	<b>136</b>
<b>8. PRODUCTO.....</b>	<b>156</b>
<b>8.1 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....</b>	<b>156</b>
<b>8.2 RECURSOS.....</b>	<b>157</b>
<b>8.3 ARTÍCULO ACADÉMICO.....</b>	<b>158</b>
<b>9. CIBERGRAFÍA.....</b>	<b>174</b>

## FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

<p><b>Título del proyecto de investigación:</b> Análisis semiótico de la iconografía de las chivas turísticas en la ciudad de Medellín.</p> <p><b>Línea de Investigación:</b> Comunicación-Educación</p> <p><b>Sublínea:</b> Comunicación, Educación y Ciudad</p> <p><b>Facultad:</b> Comunicación Social, Publicidad y Diseño</p> <p><b>Programa Académico:</b> Comunicación Social</p>
<p><b>Palabras clave:</b> Comunicación, símbolos, íconos, historia, costumbres, Medellín.</p>
<p><b>RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:</b> Este proyecto quiere recopilar la cultura, las raíces, la idiosincrasia, el folclor, la identidad de un pueblo, sus creencias, gustos, mostrar las chivas turísticas como reflejo de lo que son sus orígenes, y diferentes formas de mostrarle al mundo lo que son.</p> <p>El departamento de Antioquia, básicamente Medellín, es una ciudad que muestra un gran folclor con respecto a las chivas turísticas, sus colores, sus símbolos, su arte, su iconografía que llevan plasmada en sus carrocerías y las hacen lucir como una excelente obra andante.</p> <p>Las chivas turísticas son un patrimonio en tierras antioqueñas, el verlas rodar por las calles luciendo su arte, hace que esta cultura se sienta orgullosa de tan gratos vehículos que llevan la idiosincrasia de una región a ojos de locales y extranjeros.</p>

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

Esta investigación inicia por el interés de conocer e identificar, ¿Cómo es la iconografía de las chivas turísticas en la ciudad de Medellín? Para realizar la investigación, se fracciona la empresa que presta este servicio, Chivas Rumba, que servirían para la investigación iconográfico. También, es necesario buscar qué antecedentes históricos han hecho que los conductores de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba, instalen iconos típicos, sean religiosos, de equipos de futbol, fotografías de seres queridos, se iluminen con neón, o sus asientos adquieran texturas con telas coloridas, combinadas con peluches colgantes en los retrovisores. También se considera importante poder realizar un análisis de la percepción y la trasmisión de los mensajes de la iconografía, en los usuarios que hacen parte de las chivas turísticas en la ciudad de Medellín o algunos Municipios del Área metropolitana y el departamento de Antioquía.

Las chivas turísticas, de la empresa: Chivas Rumba, que les trasmite y comunican a los usuarios. También es necesario conocer, bajo un proceso investigativo, cual es la Historia de su iconografía.

### **1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Se Pretende mirar las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba desde dos aspectos: uno es la capacidad que tiene la ciudadanía para generar significados reconocidos, a través de las formas y los usos, es decir la identidad de la ciudad, teniendo como característica la idiosincrasia la cual se define por pensar, sentir, actuar, rasgos de carácter cultural, de un individuo o un colectivo. Esta identifica, comportamientos en los aspectos culturales, y en las costumbres sociales.

El otro aspecto es el sentido que surge de la práctica, que los habitantes desarrollan con esos significados, a través de la cual el habitante de la ciudad se convierte en usuario de un transporte turístico en la ciudad como lo son las chivas, pero a la vez reconoce estos símbolos y signos como parte de la ciudad y de su

carácter como ser humano perteneciente a una cultura y a una región: La investigación se realizó para tener en cuenta los signos y símbolos que representan una identidad cultural y que poco a poco se van perdiendo por la estandarización de los buses de transporte público en la ciudad de Medellín y algunos municipios del área metropolitana.

La investigación se realizará teniendo como foco central a una empresa de chivas turísticas, con cierta cantidad de iconografía representativa, de la cultura en la ciudad de Medellín. Se realizarán entrevistas sobre la percepción que tiene la ciudadanía acerca de los iconos, símbolos, imágenes y colores, que componen las chivas en la ciudad de Medellín.

Para realizar el proyecto investigativo y la construcción del trabajo de grado se moldeará mediante las Sub-línea de “Comunicación, Educación y Ciudad” donde visiblemente se ven expresadas en sus títulos la figura del contenido que se tiene en cuenta para dicho proyecto. Esta sub línea permite que se tenga un parámetro en la comunicación social y permita un mejor enfoque cómo se da a entender aquí “Comunicación–Educación y Ciudad ofrece una posibilidad de intervención: los fragmentos del conflicto, las poblaciones en los semáforos, las innovaciones en el transporte masivo, la definición de los grupos sociales por identidades culturales, las ofertas educativas, la arquitectura de la fragmentación”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sociedad de la información y educación. Autor Florentino Blázquez. Entonado. P.13 Disponible: <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsclberprome/blanquez.pdf>

## **1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA**

Las chivas turísticas en Medellín son un ícono de la región antioqueña, son arte andante que plasman costumbres, historia y sentimientos en las personas que disfrutan de ellas; al verlas o abordarlas para hacer un recorrido por la ciudad o hacia una región específica.

Las chivas en sus adentros y carrocería, llevan plasmados símbolos, dibujos, íconos, accesorios. Imágenes y colores que identifican a las regiones antioqueñas o los sentimientos de los dueños de dichos vehículos; todo tiene un significado y una razón, cada chiva es una obra de arte aparte que pretende mostrar unos gustos y una idiosincrasia específica, debido a esto, podemos hacer la siguiente pregunta que llevará a cabo la investigación, ¿qué se puede analizar semióticamente sobre la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín?

## **1.3 DELIMITACIÓN TEMÁTICA**

### **1.3.1 Sujeto**

En la construcción de este trabajo de grado se han identificado diferentes focos de análisis, la historia del transporte en la ciudad de Medellín, sin embargo, para el caso de estudio el sujeto que coincide con el rango de la investigación es la muestra poblacional sobre la percepción, de la iconografía en las chivas turísticas de la empresa: Chivas Rumba.

### **1.3.2 Tiempo y escenario**

La investigación se realizará durante el año 2019 en la empresa Chivas Rumba en Medellín.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1. General**

Analizar semióticamente la iconografía de las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba, en la ciudad de Medellín.

### **1.4.2 Específicos**

- Identificar los íconos e imágenes de las chivas turísticas, como emblemas culturales.
- Reconocer semióticamente las diferentes expresiones visuales en las chivas turísticas.
- Analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín.

## 2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL

### 2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto *Redacción Vehículos, periódico El Tiempo, año 2014*.

Dicho antecedente, dice que la chiva, el bus más popular de Colombia, llega a la colección Buses del Mundo. Se trata básicamente de una buseta construida artesanalmente sobre la carrocería de un camión, que puede ser de cualquier otra marca, pero con suficiente potencia para recorrer los angostos y empinados caminos de la geografía nacional. Las chivas se caracterizan por sus alegres colores, generalmente los nacionales: amarillo, azul y rojo, o decoraciones de paisajes y objetos típicos de la región por donde transitan. El interior suele decorarse con imágenes religiosas, como vírgenes y santos. Son bautizadas con nombres muy particulares que vienen del gusto propio del dueño del vehículo.

Se concluye que, en la actualidad, estos vehículos son utilizados especialmente para recorridos turísticos en diversas zonas del país y en lugares muy rurales, son utilizados como medio de transporte activo para el desplazamiento de la población. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o el análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o el análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la

hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.2** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto de *González, Luis Fernando. Revista de la Universidad De Antioquia. ¿Y qué fue del patrimonio urbano arquitectónico de Antioquia?*

Dicho antecedente, dice que las chivas rumberas, la estética de aquellos vehículos, con sus colores, formas geométricas abstractas o paisajes en la parte posterior, fueron elementos para retomar la cultura popular, pareciera que también tomó por asalto arquitecturas de los principales pueblos. La disonancia colorística, la mezclanza decorativa y el engalle propio de las chivas pasó a ser de bien recibo, ya fuera en los estaderos de la carrera 70 y la calle Colombia de Medellín, en las casas de las haciendas cafeteras convertidas en hoteles, en Cauca Viejo o en Guatapé.

En conclusión, de dicho antecedente, poco a poco, las chivas han pasado de ser un transporte público artesanal a una atracción turística y cada día figuran más en las calles. Al principio se utilizaban para movilizarse entre varias discotecas en una sola noche. Durante el recorrido, una papayera que se hacía en las bancas de atrás suministraba la música. Esto ha evolucionado al punto que ya las chivas vienen especialmente adaptadas como discotecas móviles, también llamadas chivas rumberas, con equipo de sonido, luces de discoteca, micrófono, pista de baile y otros aditamentos, utilizándose para el turismo, la entretención y la cultura. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o el análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy

realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.3** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto de *John Jairo Posada Henao, Carlos Alberto González Calderón. Año 2010, Universidad De Antioquia. Metodología para estudio de demanda de transporte público de pasajeros en zonas rurales (Buses de escalera)*

Dicho antecedente, indica que se presenta una metodología de estudio para identificar la demanda de transporte público de pasajeros en rutas de transporte rurales (veredales) y los resultados obtenidos de su aplicación en municipios de Antioquia. El transporte público en buses de escalera en zonas rurales es importante para que sus habitantes se integren y participen del desarrollo general, y por los intercambios comerciales, sociales y culturales.

En conclusión, de dicho antecedente, los buses de escalera, también conocidos como chivas, son camiones de carga adaptados en forma artesanal para el transporte público rural. Con el paso de los años se han convertido en referentes de la cultura popular de nuestras comunidades rurales a lo largo y ancho de la geografía de nuestro país. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.4** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto de *María Isabel Zapata Cárdenas, Universidad de Medellín. Año 2018. Camiones de Escalera: iconografía visual campesina rodante como expresión viva de la cultura y gráfica popular colombiana.*

Dicho antecedente, se refiere al pensamiento que se tiene sobre el bus escalera, como expresión de una identidad cultural, posee una significación propia en el entorno de la vida rural, diferente de cómo se perciben en los contextos urbanos los buses de transporte cotidianos, sin ninguna apropiación cultural, gráfica y popular. Si reconocemos las chivas como una de las manifestaciones y una de las expresiones más relevantes y significativas culturalmente para el campesino, así mismo estaremos reconociendo el gran valor étnico y simbólico que ellas encarnan. Los Camiones de Escalera son vehículos de transporte rural, referentes de la cultura popular y la tradición campesina colombiana. Son populares a lo largo y ancho del país, sobre todo en regiones de producción cafetera, como la Andina, donde se utilizan como medios de transporte de alimentos y pasajeros. En conclusión, de dicho antecedente, Es importante mirar estos vehículos como elementos propios y tradicionales de la cultura popular campesina en Colombia. No sólo como un único elemento, si no como un medio de transporte que va más allá del servicio de transbordo y conexión entre territorios. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.5** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto de *María Isabel Zapata Cárdenas, Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación. Camiones de Escalera: iconografía visual campesina rodante como expresión viva de la cultura y gráfica popular colombiana.*

Dicho antecedente, se refiere a uno de los objetivos, que es revisar los esquemas gráficos e icónicos que se presentan en el estilo visual de los Camiones de Escalera, transporte tradicional rural en Colombia. Cabe aclarar,

que los vehículos de transporte campesino han sobrepasado su importancia como medio vehicular, para convertirse en un referente de cultura visual en el contexto campesino; sobre todo en regiones productivas cafeteras como es la Región Andina. Dado que sus características icónicas los convierten en referentes culturales rodantes por las carreteras rurales del país, la investigación se sitúa en una realidad construida de forma colectiva, alrededor de un medio de transporte que involucra a creadores visuales, artistas, conductores, mecánicos y carroceros; líderes culturales, antropólogos visuales, que como agentes de participación buscan evidenciar un panorama cultural.

En conclusión, de dicho antecedente, cabe mirar desde lo gráfico visual, que estos vehículos se rigen por las manifestaciones culturales de los sectores desde donde circulan. Devociones religiosas, predominando la creencia cristiana católica, la adoración a la figura femenina desde los nombres propios del vehículo; incluyendo fotografías de hijos, grafismos paisajísticos propios del sector campesino; hacen parte de los adornos y elementos que se visualizan en estos vehículos. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.6** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto de *Aura María Londoño Torres, Patricia Rodríguez Flórez. Fundación Universitaria Del Área Andina. Año 2009. Estudio de los elementos simbólicos e iconográficos de la tradicional 'chiva', aplicados a la moda y las posibilidades de inspiración para la creación de una colección de accesorios, bolsos 2009.*

Dicho antecedente, se refiere a al abordaje de la chiva como ícono distintivo de la cultura colombiana y medio de transporte rural característico del país. En ellas se viaja a la Colombia profunda, al corazón de la cultura popular. Este proyecto se encamina específicamente en el arte popular que la chiva ostenta; se retoman y extraen para la investigación los diferentes símbolos, líneas, imágenes y figuras que complementan un concepto de arte identificado con el pueblo. Las imágenes de los santos, paisajes, líneas, formas, letras, nombres, colores y texturas se utilizan para desarrollar un proceso de inspiración y diseño. Se pretende destacar elementos significativos como los detalles, códigos y símbolos importantes de las chivas para retomarlos como fuente de inspiración. En conclusión, de dicho antecedente, se permite identificar diferentes clases de chivas; como son las tradicionales y las turísticas, además de símbolos y grafías como líneas, círculos que aglomerados y sobrepuestos estratégicamente forman figuras diferentes y llamativas, las cuales se pueden visualizar e interpretar de tal modo que se constituyen en un aporte significativo, porque representan la cultura popular colombiana, convirtiéndose en fuente de inspiración para la elaboración de accesorios. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.7** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto de *David Andrés Valencia Salazar, Universidad De Caldas. Año 2010. Las reinas de la trocha.*

Dicho antecedente, indica que la chiva es reconocida por ser un medio de transporte que hace parte de la cotidianidad en la vida de los habitantes del eje cafetero, especialmente de aquellos que habitan en sus zonas rurales. Tanto así que se podría llegar a afirmar que en casi todos los municipios del departamento de Caldas es común encontrarse por lo menos con una chiva que transite por sus calles y carreteras, llegando así este vehículo a constituirse como una parte importante de la expresión cultural de cada uno de sus pueblos.

Con el nombre de escaleras hacemos referencia a estos tipos de vehículos hechos con carrocería de madera, comúnmente llamados chivas. En Antioquia y en el oriente caldense son más conocidas por el primer apelativo, sin embargo, en otras zonas del departamento de Caldas es más difundido el segundo. Para este texto hacemos uso de estos dos términos indiscriminadamente. 24 Son las trochas las que hacen parte del monopolio de las rutas de las chivas en Pensilvania, es más, ni los Jeep tienen tanta relevancia en ellas como las escaleras.

En conclusión, de dicho antecedente, se puede indicar, que un viaje en chiva también se convierte en un viaje por las músicas populares de Colombia, a través de la programación musical que emiten las emisoras de los pueblos. Y ahora con la llegada de nuevas tecnologías como el mp3, los viajes en escalera se han tornado en un popurrí que nos lleva por todos los gustos musicales del conductor, quien se toma su tiempo para hacer las veces de “disc jokey”. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

**2.1.8** La ubicación de este antecedente, se toma a manera literal del texto *Contenidos El Rey, Artesanías de Colombia: Identidad y simbología. La chiva, patrimonio cultural colombiano.*

Dicho antecedente, propone que el primer bus escalera se construyó en el municipio de Andes, Antioquia, en 1930. Son construidos artesanalmente sobre la carrocería de un camión, generalmente marca Chevrolet o Ford.

Las chivas son bautizadas por sus propietarios con nombres sonoros como “La soñadora” y “La colegiala”, etc. Las chivas llegaron a grandes ciudades como Bogotá y Cali con fines turísticos. Conocidas como chivas rumberas, actualmente están diseñadas para ser discotecas andantes y cuentan con pista de baile, equipos de sonido, luces, micrófono, etc.

En Ráquira, Boyacá; San Sebastián de la Cinénaga, Córdoba; y Pitalito, Huila, se pueden encontrar chivas miniatura de aproximadamente cinco centímetros y las cuales son elaboradas por los artesanos de la región.

Su decoración se hace a mano, sin plantillas, con colores intensos que son extraídos del trópico por el cuál transitan, con diseños simétricos cargados de figuras geométricas.

En conclusión, de dicho antecedente, se puede indicar que la decoración de las chivas es un arte que en un principio se aprende plagiando al maestro, intentando que el estilo del decorado sea muy similar al de él. Con el paso del tiempo se va conquistando la experiencia necesaria para adquirir un estilo propio, y es ahí donde el decorador empieza a improvisar y a innovar en su oficio. La relación con la investigación realizada, tiene que ver con el estudio o análisis semiótico sobre la iconografía de las chivas turísticas en Medellín; sus símbolos, colores, nombres, dibujos y arte que hay plasmado en estos vehículos, es de carácter histórico y comunicativo, todo tiende a comunicar algo especial y cada chiva tiene un propio significado y su sello particular que la hace diferente a las otras. La relación que tienen estos antecedentes con la investigación que estoy realizando, conjuga todo lo referente a las chivas turísticas, anteriormente mencionado.

## 2.2 SEMIÓTICA

Las chivas turísticas se enlazan con el término Semiótica, ya que estas son simbólicas y muy populares en la ciudad de Medellín y hacen parte de la sociedad y la cultura paisa.

“La semiótica se ha perfilado lo mismo como una teoría general de los signos que como el estudio de la significación y el sentido en ciertos contextos y fenómenos de comunicación. Ahí donde hay producción e interpretación de sistemas de signos la semiótica tiene algo que decir. La semiótica es el saber contemporáneo (aun cuando como veremos sus orígenes vienen de muy lejos) que específicamente pretende ocuparse del sentido; en otra acepción también se ve la semiótica como una teoría del signo (Cf. Ducrot y Schaeffer, 1998). Para Greimas y Courtés (1982) la semiótica es aquello que permite las operaciones de paráfrasis (explicar o interpretar “amplificativamente” un texto) o de tras codificación (traducir de un código a otro), aquello que fundamenta la actividad humana en tanto que es intencional”<sup>2</sup>. Muchos autores han hablado y escrito sobre el término: Saussure, Pierre, Buysens y demás. En las diferentes definiciones se encuentran elementos en común y otros absolutamente opuestos; sin embargo, todos coinciden en algo, que la semiótica no se trata de un acto de lectura; sino de una actitud de exploración de lo que existe de fondo de toda significación: sus raíces y los mecanismos que la sostienen

En cada idioma la semiótica ocupa un lugar diferente y por tanto su entorno de análisis también varía. En el caso de España, su intervención en el campo de la comunicación se ha mostrado un tanto desparejo y hasta superfluo. Podemos decir que se pueden distinguir dos líneas bien definidas dentro de la semiótica, una se encuentra enfocada al discurso social y la otra a lo visual.

### 2.2.1 El signo

---

<sup>2</sup> Karam, Tanius. Introducción a la Semiótica. Academia de Comunicación y Cultura, Universidad de la Ciudad de México. P:2. Disponible en: [www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf](http://www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf)

“Suele considerarse que la semiótica comienza a finales del siglo XIX con los trabajos de Charles Sanders Peirce, aunque, como ya hemos visto, el interés por los signos proviene de mucho más antiguo. Sí es cierto que Peirce fue el primero en proponer un proyecto general de investigación de los signos, basado en otras propuestas anteriores, bien conocidas en la historia de la filosofía. Peirce divide la semiótica en sintaxis, semántica y pragmática. La sintaxis se define como la parte de la semiótica que estudia la relación de los signos entre sí. La semántica es la parte de la semiótica que estudia la relación de los signos con su significado. Y la pragmática es la parte de la semiótica que estudia la relación de los signos con sus usuarios”<sup>3</sup> cualquier cosa que pueda ser interpretable, califica para catalogarse como un signo y el hecho de que los individuos empleen signos para comunicarse entre sí, esto es lo que los hace humanos, quiere decir que las palabras o signos que las personas usan, hace referencia al hombre mismo. Por ello, se distingue entre varios tipos de signo, aunque la distinción más abierta es la que cumple según la relación de forma de los signos:

2.2.1.1 Icono: “Un icono es aquel signo que se refiere a un objeto en virtud de sus caracteres propios, de modo que se establece una relación de semejanza al poseer el signo algunos de dichos caracteres (v. gr.: fotografías, planos, diagramas)”<sup>4</sup>. Los iconos los encontramos a diario, por ejemplo, en nuestro teléfono celular, en el computador, todos estos iconos dan un mensaje claro a quien lo mira y tienen un significado de algo en específico.

2.2.1.2 Índice: “Un índice (o indicio) es un signo que trae a la “mente” del interpretante la imagen de lo significado mediante una relación de efecto a causa en el sentido de que tomamos algo como signo de otra cosa porque consideramos

---

<sup>3</sup> Francisco José Salguero Lamillar. 2001. “Teoría General de los Signos y del Significado”. En Nepomuceno, Quesada & Salguero (eds.) 2001. Información: Tratamiento y Representación. Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla. Capítulo 3: 41–58.

<sup>4</sup> Francisco José Salguero Lamillar. 2001. “Teoría General de los Signos y del Significado”. En Nepomuceno, Quesada & Salguero (eds.) 2001. Información: Tratamiento y Representación. Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla. Capítulo 3: 41–58.

que ha sido causalmente afectado por ella (v. gr.: humo y fuego, huella y animal)”<sup>5</sup>. Los indicios nos dan a entender que algo sucedió y envían mensajes que desciframos en la mente para sacar una conclusión de una situación en específico, por ejemplo, las ojeras son indicio de cansancio, los charcos en la calle son indicio de alguna precipitación, el humo es indicio de fuego. Los indicios mantienen una relación de contigüidad con la realidad.

2.2.1.3 Símbolo: “Un símbolo es un signo que no mantiene ninguna relación con el objeto que representa excepto, porque convencionalmente se le ha asignado dicho significado (v. gr.: la luz roja de los semáforos, las palabras de una lengua)”<sup>6</sup>. Cuando un signo no solo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica, se conoce como símbolo. Por ejemplo, las señales de tránsito, la señal de la Cruz Roja, la Paloma de la Paz.

Según Peirce, otras clasificaciones posibles de signo son los que lo caracterizan según:

Su Forma: verbales (las palabras) y no verbales (todos los demás).

El Canal por el que se transmiten: visuales, sonoros, táctiles, olfativos y gustativos.

Su Procedencia: naturales (hechos por la naturaleza) o artificiales (creados por el hombre).

Su Finalidad: contruidos especialmente para comunicar (como las palabras o los carteles de tránsito) o aquellos que tienen una función comunicativa subsidiaria (es decir los naturales: veredas mojadas, nubes negras, cráteres, etc.).

---

<sup>5</sup> Francisco José Salguero Lamillar. 2001. “Teoría General de los Signos y del Significado”. En Nepomuceno, Quesada & Salguero (eds.) 2001. Información: Tratamiento y Representación. Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla. Capítulo 3: 41–58.

<sup>6</sup> Francisco José Salguero Lamillar. 2001. “Teoría General de los Signos y del Significado”. En Nepomuceno, Quesada & Salguero (eds.) 2001. Información: Tratamiento y Representación. Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla. Capítulo 3: 41–58.

“En el estudio de la semiótica es posible encontrar perspectivas más duras (fuertemente ancladas en modelos lógicos, semánticos) y otras más interpretativas y hermenéuticas que consideran al sentido no como dato cuantitativo, sino como una construcción (comunicativa y dialógica); no se trata pues de un objeto, sino de un proceso. En los medios de comunicación se obtuvo un campo muy rico de aplicación de la semiótica al preguntarse sobre los contextos modernos de la comunicación colectiva y muy especialmente en su relación con la cultura; en este enfoque (a diferencia de algunas posturas más duras para las cuales todo el sentido reside sólo en el mensaje mismo), es importante el punto de vista y la posición de los participantes”<sup>7</sup>. Vemos el significado de semiótica como el estudio de los símbolos y signos en una sociedad o cultura, es aquí donde ver las chivas turísticas en la ciudad de Medellín es ver un símbolo un signo o un icono convirtiéndose en cultura tomando cada vez más fuerza, ya que es muy importante recalcar que son muy usadas en épocas de feria de flores y en épocas decembrinas haciendo de esto un reconocimiento para la cultura paisa, los empresarios de parte de los turistas viéndolo como algo muy cultural y muy tradicional de la cultura paisa.

### **2.3 ESTADO DEL ARTE**

El proceso de investigación de este proyecto se inició el primer semestre del 2019, en el mes de enero, para la elección del tema, primero se identificó qué las imágenes representadas en las chivas tenían una relación directa con la identidad de una cultura.

Inicialmente se hizo un des englobe general del tema con conocimientos previos, y desde la epistemología se citaron autores.

Seguidamente dentro del desarrollo marco teórico la investigación se desplazó a la búsqueda de tesis en bases de datos universitarias y visitas a bibliotecas.

---

<sup>7</sup> Karam, Tanius. Introducción a la Semiótica. Academia de Comunicación y Cultura, Universidad de la Ciudad de México. P:2. Disponible en: [www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf](http://www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf)

Se buscó en las diferentes bibliotecas de la ciudad, material que ayudara a complementar el tema, desde la historia del transporte urbano en la ciudad de Medellín, también se buscó un tema muy representativo para este trabajo de grado, que es la historia de las chivas o buses escalera como comúnmente se les llama. Adicionalmente se buscaron autores relevantes en la iconografía, que tuviese un amplio contenido, acerca de las percepciones de los símbolos, iconos y otros elementos que puedan ser representativos para el trabajo, también se examinó la historia de la iconografía colombiana, que va ligada a colores y formas y la gama de tonos en la que se basan son colores primarios y fuertes normalmente utilizados en América Latina.

#### **2.4 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN**

Dando inicio a la construcción del marco teórico de este trabajo de grado, se efectuará un paneo general sobre las definiciones de comunicación que contribuyen a la búsqueda de los objetivos de esta investigación, retomando la historia, se quiere dar a entender, que los procesos o actos de comunicación en la vida y en la sociedad dominan los procesos correspondientes, de igual manera con la superación del ser humano, el trato de la Comunicación se torna más interesante al ir desarrollando sus factores de análisis, como lo es el emisor, las fuentes, los procesos de codificación del mensaje y la retroalimentación pertinente.

Esto enfocado a el trabajo de grado, con la necesidad de comprender, que comunica el emisor y que le trasmite al receptor, la iconografía en las chivas, que llama la atención, lo que está muy relacionado a la parte de los colores, los dibujos, formas, ¿Por qué? se decora una chiva y lo representativo que es tanto para el que lo decora como para el que lo ve decorado.

“Los procesos de comunicación comienzan a ser mirados como escenario de transformación de la sensibilidad, de la percepción social, de las sensibilidades sociales. Dejan de estar dominados por la obsesión de lo que pasa en los medios

[...] para reubicar la mirada en torno a las transformaciones de la experiencia social, las transformaciones de la vida cotidiana, de los modos de sentir, de ver, de conocer, de congregarse”<sup>8</sup>, parte de la búsqueda desde el ámbito comunicativo, social, también es importante resaltar las reacciones producidas en la sociedad, si son positivos o negativos que sensaciones les produce a las personas que van en un bus hacia su punto de llegada.

## 2.5 LA SIMBOLOGÍA

Ver las chivas turísticas como un símbolo cultural y ver como este símbolo es reconocido a nivel nacional e internacional.

La simbología es el estudio de los símbolos o el conjunto de éstos. Un símbolo, por otra parte, es la representación sensorial de una idea que guarda un vínculo convencional y arbitrario con su objeto.

La noción de simbología se utiliza para nombrar al sistema de los símbolos que identifican a los diferentes elementos de algún ámbito. En este sentido puede hablarse, por ejemplo, de la simbología electrónica (con los iconos o representaciones gráficas que permiten reconocer cada elemento interviniente).

“Un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Del latín *symbolum*, y este del griego *σύμβολον*, el símbolo es la forma de exteriorizar un pensamiento o idea, incluso abstracta, así como el signo o medio de expresión al que se atribuye un significado convencional y en cuya génesis se encuentra la semejanza, real o imaginada, con lo significado. Afirmaba Aristóteles que no se piensa sin imágenes, y simbólica es la ciencia, constituyendo ambas las más evidentes manifestaciones de la inteligencia”<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> González, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3.

<sup>9</sup> Nieto, Julio Alberto. Simbología, Maestros de la Cirugía Colombiana 2011. P:151, Rev. Colomb Cir. 2011;26:151-163. Disponible en: [www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf)

Es posible clasificar la simbología según su objeto de estudio o área de incumbencia. La simbología francmasónica analiza los símbolos de los masones y devela los mensajes encerrados en cada uno de ellos. La simbología religiosa, por otra parte, estudia los símbolos que intervienen en una creencia o práctica de una religión.

La simbología en las chivas turísticas o buses escalera, se nota a leguas y son producto de una cultura y costumbres. Todo en las chivas comunica algo y manda un mensaje para que sea identificado; ya sea un símbolo religioso, una pintura de alguna región, un símbolo deportivo, entre otros.

Es por esto que incluir un elemento tan importante como es la simbología es entender que las chivas turísticas cada día toman más fuerza y tanto los extranjeros como las personas de otras ciudades lo han convertido en un símbolo muy importante para venir a disfrutar y de paso poder conocer lo más importante de la ciudad, también han convertido un símbolo la música que se escucha en las chivas ya que es algo que ellos mismos llevan a conocer a su país de origen.

## **2.6 SÍMBOLOS**

“El símbolo se define como aquel signo cuyo significado representa cierto signo de otro plano o de otra lengua. A esta definición se opone la tradición de interpretación del símbolo como expresión sígnica de una suprema y absoluta esencia no sígnica. En el primer caso, el significado simbólico adquiere un marcado carácter racional y se interpreta como el medio de una traducción adecuada del plano de la expresión al plano del contenido. En el segundo caso, el contenido de manera irracional irradia a través de la expresión y cumple el papel como de puente del mundo racional al mundo místico.”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Lotman, I.M. El Símbolo en el Sistema de la Cultura. FORMA Y FUNCIÓN 15 (2002), páginas 89-101. © Departamento de Lingüística, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, D.C. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/219/21901505.pdf>

En las chivas, los símbolos se destacan más que todo en los paisajes. Por ejemplo, en la decoración de las chivas, no, porque esto es simplemente decoración, pero no son tan representativos. Lo que viene siendo representativo, son las imágenes que se plasman en la parte trasera de la chiva, entre ellas están: La Virgen Del Carmen, la Virgen De Guadalupe, un pueblo en específico, el Metro de Medellín, el Parque Explora. Eso sí es lo más representativo, la decoración no tanto.

Los símbolos de gran importancia en las chivas turísticas, hacen parte de la ilustración, los dibujos que se plasman en la parte trasera del vehículo, allí es donde está el corazón de la chiva y es la parte más importante que para destacar, porque hace referencia al amor propio que tiene el dueño del vehículo o lo que quiere mostrar al público; ya sea su región, sus santos de devoción o gustos propios por algo en específico.

## **2.7 HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIOQUIA**

La chiva es un medio de transporte nacido en Antioquia, gracias a este, muchos individuos han podido transportarse de un lugar a otro, han podido ir a las plazas de mercado, al parque central del pueblo, a las veredas y fincas.

Las chivas también son reconocidas como buses escaleras, estas son todo un ícono de lo que es lo criollo en todo el sentido de la palabra, los primeros buses escalera o chivas, llegaron a la ciudad de Medellín, en donde nació la primera empresa privada de buses fundada en 1913, gracias a Ricardo Olano, primero eran unas camionetas, y a medida que fue creciendo la ciudadanía, también fueron aumentando las chivas en tamaño y modificándose, para poder suplir las necesidades de las poblaciones.

“Estos vehículos, junto con el ya desaparecido ferrocarril, fueron de los primeros servicios de transporte público con motor que tuvo Colombia. Al principio, tenían como fin el transporte de carga, principalmente de los alimentos que se producían

en las fincas; la necesidad de movilidad en los pueblos hizo que estos buses transportaran personas y carga por la accidentada geografía nacional. A pesar de ser muy populares en el país, su lugar de nacimiento es incógnito para sus usuarios, quienes se sienten orgullosos de utilizar este tipo de transporte en la región, o por lo menos eso le ocurre a Doña Fabiola, una habitante de Heliconia, en Antioquia, y para quien esta escalera “la baja” al pueblo a hacer sus compras cada fin de semana. Al igual que ella, miles de colombianos tienen como único medio de transporte las coloridas chivas, líneas o escaleras, que, sin importar su denominación regional, son en ocasiones, el único automotor capaz de suplir sus necesidades de tránsito”<sup>11</sup>.

Las chivas son pintadas a mano y son patrimonio cultural. Su riqueza gráfica es admirable, su identidad nos hace sentir orgullosos; si con la mula se fundaron muchas tierras en Colombia, el bus escalera las colonizó. En la escalera viajaron los corotos del trasteo: la bacinilla, la cama metálica desarmada, las ollas de aluminio, las gallinas atadas, el perro ladrando, el loro enjaulado, los costales con la ropa, la panela atada, los racimos de plátano verde chorreando, el gato, la suegra, la viejita a la que tienen como un mueble más, el escaparate, el colchón enrollado de rayas blancas y azules, las matas, el marrano y miles de cosas más que esperan conocer la tierra prometida.

“A pesar de que todas las chivas tengan el mismo proceso de construcción, los detalles hacen que cada una sea única y son los dueños de los buses quienes al final imprimen su ADN en los diseños y distintivos que se ven en la parte frontal interna de cada escalera, “él es el que pone todo lo que le gusta para que su carro sea diferente, eso tiene mucho que ver con la emotividad del propietario. Esos detalles hablan de él como conductor”, asevera Saldarriaga, incluso los nombres

---

<sup>11</sup>Saldarriaga, Hernán. 20 agosto, 2015, La chiva, recorriendo los caminos de Colombia. Revista Volar, 2 páginas. Disponible en: <https://revistavolarcolombia.com/entretenimiento/cultura/la-chiva-recorriendo-los-caminos-de-colombia/>

de los mismos buses son producto de anécdotas vividas por sus propietarios son ellos los que al fin de cuentas comparten con los municipios sus historias de vida”<sup>12</sup>.

Con el paso del tiempo las Chivas han sido aisladas pasando de la ciudad a carreteras intermunicipales y a veredas, ahora transitan por los rincones más alejados de la geografía nacional. En los buses escalera han viajado también, aquellas familias desplazadas por la violencia; allí, los corotos son menos y muchas las tristezas.

## **2.8 HISTORIA DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN EL VALLE DE ABURRÁ**

La historia del transporte público en el área metropolitana, se escribe a partir del surgimiento de la ciudad de Medellín, como metrópolis central. El transporte tiene sus orígenes en una necesidad de las comunidades para el desarrollo de sus interacciones sociales y para el cubrimiento de sus necesidades básicas, específicamente el crecimiento de Medellín y de su número de habitantes se generó a raíz de la industrialización y la necesidad de la mano de obra para las nacientes industrias y la ampliación en la cobertura de los servicios públicos de energía y alcantarillado y la ampliación de cobertura en seguridad social, que a la vez generó mayores posibilidades para la población, que rebajó la mortandad y genero mayor calidad de vida para sus habitantes.

Tal vez la primera mención que se realiza del transporte público urbano es el Tranvía, llamado así porque consistía en vagones que utilizaban como fuerza de arrastre a mulas y caballos. Este tranvía fracasó en vista de que no existía la verdadera demanda y las necesidades de movilización de la ciudad no eran muchas, además las vías apenas estaban desarrollándose y su recorrido era lento

---

<sup>12</sup> Saldarriaga, Hernán. 20 agosto, 2015, La chiva, recorriendo los caminos de Colombia. Revista Volar, 2 páginas. Disponible en: <https://revistavolarcolombia.com/entretenimiento/cultura/la-chiva-recorriendo-los-caminos-de-colombia/>

y limitado. Luego se puso en marcha la primera carroza, donde se transportaban pasajeros ocasionalmente en coche.

El Ferrocarril de Antioquia fue uno de los mayores factores estructurales del Área Metropolitana, no solo por la movilización de pasajeros, sino por que permitió la importación de maquinaria indispensable para la naciente industria y porque sus estaciones ubicadas en varias zonas de la ciudad se convirtieron en símbolos de desarrollo urbano e industrial alrededor de toda la línea férrea, y se contaba con fácil acceso a todo el Valle de Aburrá por medio del tren o en tranvía.

“El tranvía de Medellín, a pesar de ser recordado con mucho cariño por aquellas personas que tuvieron la oportunidad de utilizarlo, es uno de los temas más olvidados en la bibliografía antioqueña. Sólo se encuentran breves referencias a este sistema de transporte masivo que tuvo profundas y permanentes implicaciones en el desarrollo urbano de la ciudad durante el período comprendido entre 1919 y 1950, y que se puede considerar como una de las estructuras de transporte masivo de mayor impacto en la historia del desarrollo de la ciudad de Medellín”<sup>13</sup>.

El transporte en buses fue surgiendo de manera parasitaria, paralela con las rutas del tranvía, pero con una organización deficiente, y empezó a remplazar el tranvía en vista de que este medio de transporte tenía limitaciones insalvables, pues ya no respondía a las necesidades de la población en aumento, en vista de que la demanda era mucha y era costoso ampliar la infraestructura, aun mas considerando que no era posible por la estreches de las vías de la ciudad en algunos puntos estratégicos. Además, la ciudad tenía que tomar decisiones, pues

---

<sup>13</sup> Correa R. Juan Santiago. Urbanismo y Transporte: El Tranvía de Medellín (1919-1950) Universidad Externado de Colombia P:2- Facultad de Economía. Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2003/CorreaJuanSantiago.pdf>

ambos medios de transporte (tranvía y buses) competían por la utilización de las vías y no podían convivir de manera pacífica.

Estas Empresas de Transporte Urbano surgieron por iniciativa individual y sin una clara estructura empresarial. En la década de los años 40, aparecieron los buses cerrados que, poco a poco fueron desapareciendo las originales rutas del tranvía hasta su total salida de escena. Es importante resaltar que la ciudad toma definitivamente la decisión de amparar el transporte por medio de buses cuando el Consejo de Medellín por medio de acuerdo 34 del 26 de agosto de 1940 autoriza al Alcalde para establecer la primera empresa de transporte urbano de buses en Medellín, dando así su aprobación definitiva al sistema y marcando el comienzo del fin de tranvía.

Poco a poco, Medellín ha evolucionado en todos sus ámbitos, tanto en infraestructura, como en su sistema de transporte. Los taxis, los buses, los microbuses, la llegada del Metro, todo es un conjunto de desarrollo que ha venido de la mano de las diferentes administraciones que han pasado por la reconocida Alpujarra.

Existe un aspecto que es fundamental al analizar la historia del transporte urbano en el Área Metropolitana, que aun ahora es transversal para la aproximación a su análisis y búsqueda de soluciones. El transporte urbano siempre ha estado atado a familias habituales que han conducido a la transformación de la ciudad, que formaron una organización de dominio difícil de intuir, y que coincide con la propiedad de los terrenos que posteriormente fueron urbanizados. Todos esos grupos familiares, han organizado el transporte público a través de rutas y se ha dado inicio a la venta de derechos de rutas a terceros, que quieren hacer parte del trabajo, donde los interesados y propietarios de vehículos, destinan estos para la operación y se lucran de la prestación del servicio.

## **2.9 DECORACIÓN Y ARTE EN LAS CHIVAS TURÍSTICAS**

Básicamente, en lo que se refiere a decoración y arte en las chivas turísticas, se le denomina como Los Gallos; conjuga una variedad de objetos que hacen de la chiva un vehículo diferente a los buses urbanos o intermunicipales. Entre Los Gallos se pueden observar las luces, las farolas, el alumbrado que se destaca y llama la atención del observador.

Las chivas manejan detalles que son brillantes y se les dicen Cromados. Las partes de cromo, las luces, las cornetas, a todo esto, se le denominan Gallos o lo que viene siendo el embocinado, entre ellos está los rines en aluminio, las bujías, el decorado que llevan los guardabarros, entre otros. En el lenguaje de quienes conducen estos vehículos y viven en este mundo de arte andante, lo llaman Gallos, lujos por decirlo así.

El decorado en las chivas viene desde tiempos inmemorables, que tienen que ver con la historia del bus de escalera en Antioquia, pero siempre lo han hecho a pulso, ya viene de tradición, de costumbres, de sentimientos y orgullo por hacer un buen trabajo. El manejo de los colores, siempre se ha tenido esta tradición de decorarlas con colores vivos, alegres, llamativos; no importa si son colores primarios o secundarios, lo importante es darle vida al vehículo con extravagantes tonalidades.

No existen un formato o unas reglas obligatorias para decorar las chivas, esto no viene estipulado, todas las decoraciones de las chivas quedan diferentes, la persona que la realiza parte de su creatividad, de sus gustos propios, de sus sentimientos y habilidades para hacer un trabajo excelente y esto conlleva a que las chivas no queden siempre iguales decorativamente hablando. El individuo quien hace la chiva, la hace como es, pero ya tiene una idea, él ya lo tiene mentalizado; como tal la forma de los óvalos, las rayas. Esto es tradición.

## **2.10 RECURSOS PARA “ENGALLAR” LAS CHIVAS Y SUS NOMBRES**

En este aspecto, propiamente el dueño del vehículo y la empresa para la cual presta el servicio invierten dinero en la parte de decorado, pintura, adornos y todo lo que conjuga a una chiva turística. Hoy día las chivas se han convertido poco a poco en objetos coleccionables, de igual manera se les invierte dinero para verlas bonitas, no porque se necesite obligatoriamente, porque realmente un carro solo necesita las farolas, direccionales, lo normal por reglamentación, pero a las chivas turísticas se les invierte por el hecho de quererlas ver más bonitas y más llamativas, pero realmente los gastos que estas conllevan, los subsidia siempre el dueño.

Frente al tema de los nombres que se les da a las chivas y se visualizan en la cabecera, esto sí es algo más que todo, por decirlo así, un afecto. Porque realmente, los dueños se encariñan con los carros, entonces se les ponen nombres chistosos o de pronto, muchas chivas llevan nombres de personas, por ejemplo, le ponen el nombre de un abuelo, una abuela, la mamá, el papá. Hay dueños de chivas que les dan nombres más regionales o por querer asociar algo con la chiva, por ejemplo, La Colegiala, La Reina De Occidente o La Reina Del Norte. Ya esos nombres, más que todo se dan por cariño, pero cada vez que se tiene una chiva se le pone el nombre. Hay muchos nombres que se les ponen, ya sea por chiste o por cariño o porque simplemente suena bonito.

### **2.11 ICONOGRAFÍA**

Ver las chivas turísticas como un icono de la ciudad es ver como se observan los colores tan llamativos que las representan, ya que están conformadas por elementos antiguos.

La iconografía engloba todo lo referente a la descripción de cuadros, pinturas, monumentos, estatuas y retratos. El término está relacionado al conjunto de imágenes (sobre todo, aquellas que son antiguas) y al informe o exposición descriptiva sobre éstas.

La iconografía, por lo tanto, “como toda disciplina y método, se sustenta sobre una serie de presunciones o principios organizativos, cuya función es precisamente crear un espacio discursivo donde los propios planteamientos, metodológicos, epistemológicos y ontológicos de la disciplina adquieran sentido y un cierto grado de coherencia”<sup>14</sup>

Cabe resaltar que la noción de iconografía está asociada al concepto de iconología, esta quiere decir que es la parte de la semiología y la simbología que se encarga de analizar las denominaciones visuales del arte. La iconología, va hacia el estudio de representación valores y virtudes por medio de figuras de personas.

La diferencia entre ambos términos es sutil: mientras que la iconografía hace hincapié en la descripción de las imágenes, la iconología propone un estudio más amplio con clasificaciones y comparaciones.

Las principales áreas que abarca la iconografía son la mitología de carácter cristiano, la mitología clásica y las representaciones de inspiración civil. Dentro del cristianismo, el Concilio de Trento que se desarrolló en el siglo XVI promulgó el “Decreto sobre las imágenes” que estipulaba las características y funciones de las imágenes católicas.

“Una de las consecuencias más llamativas de equiparar el significado iconográfico de una imagen con la intención de significar por parte del artista, es la obliteración de la escena de análisis de la figura del receptor, que queda relegado a un papel pasivo en el proceso de producción de significados. Como los estudios de teoría

---

<sup>14</sup> Sanz, Luis T. Iconografía, significado, ideología: Problemas y cuestiones en la interpretación actual del arte Maya. Universidad Complutense de Madrid. El Arte Como Lenguaje, P: 72-73. Disponible en: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-IconografiaSignificadoldeologia-2775189.pdf>

de recepción han mostrado, esta posición es poco realista, en vista de los complejos procesos de acceso a los códigos y significados”.<sup>15</sup>

Una figura fundamental de la iconografía fue Erwin Panofsky, un reconocido historiador del arte del siglo XIX quien supo diferenciar entre la obra de arte y el documento que permitiera contextualizarla, es decir, el estudio de los agentes que pudieran haber influido en la creación.

Ver las chivas turísticas es ver colores llamativos, ver los implementos con los que son engallados que por lo general son muy antiguos, al verse tan llamativas logran convertirse en un ícono de la cultura paisa y es así, donde son reconocidas a nivel nacional e internacional, cabe resaltar que quienes participan de estas chivas, por lo general atraen más clientela por lo que llegan a su origen a contar la gran experiencia que vivieron, por ello el color hace referencia al folklor y por ende genera recuerdos y reconocimiento.

## **2.12 ICONOGRAFÍA E ICONOLOGÍA DE LA SEMIOLOGÍA O SEMIÓTICA**

Se refiere a una disciplina que estudia el Signo y aborda la interpretación y producción del sentido, pero no la constitución del significado por sí mismo, que aborda otra disciplina denominada semántica, y las no verbales (que estudian la simbología, la iconografía y la iconología). Esto es, analiza los fenómenos, objetos y sistemas de la significación, de los lenguajes y de los discursos y los procesos a ellos asociados (producción e interpretación). “Toda producción e interpretación del sentido constituye una práctica significativa, un proceso de simbiosis que se vehiculiza mediante signos y se materializa en textos. Se suele apreciar una distinción entre semiótica propiamente dicha, que estudia el signo en general, y semiología, que estudia los signos en la vida social. Cabe separarlas también de la llamada teoría de la información y de la comunicología o ciencia que estudia los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas y la hermenéutica o

---

<sup>15</sup> Sanz, Luis T. Iconografía, significado, ideología: Problemas y cuestiones en la interpretación actual del arte Maya. Universidad Complutense de Madrid. El Arte Como Lenguaje, P: 72-73. Disponible en: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-IconografiaSignificadoIdeologia-2775189.pdf>

disciplina que se encarga de la interpretación de los textos. La peculiaridad del enfoque semiológico responde al siguiente interrogante: ¿Por qué y cómo en una determinada sociedad algo — una imagen, un conjunto de palabras, un gesto, un objeto, un comportamiento, etc...? ¿Significa?".<sup>16</sup>

Las chivas turísticas en la ciudad de Medellín son un símbolo muy arraigado ya que quienes tienen la oportunidad de vivir la experiencia de participar de ellas, aprecian los colores, las tradiciones, música, los símbolos, hasta los nombres extravagantes que son los que hacen de esta experiencia algo único y hace que los mismos visitantes recomienden a sus familiares y conocidos vivir esta aventura, que con el pasar de los años se ha convertido en un icono de la ciudad y será en un futuro un lindo recuerdo y se vivirá como toda una tradición.

La semiótica establece y trata de las respuestas al interrogante de cómo el ser humano conoce el mundo que lo rodea, cómo lo interpreta, cómo genera conocimiento y cómo lo transmite. Se conocen dos autores como los primeros en establecer el planteamiento de esta línea de investigación. Se trata del lingüista suizo Ferdinand de Saussure y el norteamericano Charles Sanders Peirce. Para Saussure la definición o significado comienza a partir de la existencia del signo; el signo es una unidad dual de significado y significante. La relación entre significado y significante se establece sobre la lengua. Es decir, un sistema de signos y reglas para utilizar dichos signos cuya característica principal recae en su fonetismo y su capacidad de ser ligada a signos gráficos que finalmente representan la sonoridad de los signos de la lengua.

La música, el color, el folclor, los nombres de las chivas son iconos y símbolos emblemáticos para quienes disfrutan de las chivas turísticas, ya que los hace entender la cultura de una región, ciudad o una sociedad determinada, para los visitantes o turistas es una prueba viva de lo que es la ciudad.

---

<sup>16</sup> Sanz, Luis T. Iconografía, significado, ideología: Problemas y cuestiones en la interpretación actual del arte Maya. Universidad Complutense de Madrid. El Arte Como Lenguaje, P: 72-73. Disponible en: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-IconografiaSignificadoIdeologia-2775189.pdf>

Para los dueños engallar y simbolizar estas chivas es querer llevar su cultura y su trabajo a lo largo del mundo haciendo así a un icono tan reconocido que haga que cada vez sea reconocida y tengan más visitantes.

Diferencias entre Semiótica y Semiología oficialmente no hay diferencia, aunque el uso vincule más semiología a la tradición europea y semiótica a la tradición anglo-sajona. Sin embargo, el uso de Semiótica tiende a generalizarse.

Ferdinand de Saussure (1857-1913), uno de los fundadores de la tradición europea, define a la semiología, en el curso de lingüística general, como "la ciencia general de todos los sistemas de signos (o de símbolos) gracias a los cuales los hombres se comunican entre ellos", lo que hace de la semiología una ciencia social y presupone que los signos se constituyen en sistemas (sobre el modelo de la lengua).

Para Charles Sanders Peirce (1839-1914), fundador de la tradición anglo-sajona, la semiótica es la "doctrina casi necesaria o formal de los signos" y "la lógica, en su sentido general, no es sino otro nombre de la semiótica". Observaremos cómo Saussure pone el acento en el carácter humano y social de la doctrina, mientras que Peirce destaca su carácter lógico y formal. Estos dos enfoques no son los únicos.<sup>17</sup>

Ver cómo estas chivas turísticas a lo largo de los años han logrado posicionarse como la mejor opción para conservar una tradición y para convertirse en un icono para miles de visitantes en la ciudad, es muy importante recalcar el trabajo de los dueños de estas chivas ya que ellos son los encargados de hacer esto un símbolo para los cientos de extranjeros y de las mismas personas de la ciudad, esto hace que la música, la comida, el color y el folclor hacen de esto una gran opción para los que quieren vivir esta tradición paisa en épocas decembrinas o feria de flores e

---

<sup>17</sup> Charles, Sanders, Pierce. Semiótica de la cultura: uca.edu.sv, citado: sep. 2015  
Disponible: <[http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio\\_pers/amarroc/document/sc/clase4.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/amarroc/document/sc/clase4.pdf)

incluso en cualquier época del año ellos prestan el servicio para quienes quieren conocer la ciudad, quienes quieren repetir la experiencia o simplemente quienes desean pasar un rato agradable con familiares o amigos.

### **2.13 HISTORIA DE LA ICONOGRAFÍA EN COLOMBIA**

Las interpretaciones de la historiografía y una de sus vertientes, la emblemática, en tanto prácticas socioculturales que difunden ideología, cambian de acuerdo a épocas históricas y ámbitos culturales en lo tocante a la producción, circulación y recepción de los mensajes textuales e iconográficos que articulan.

A lo largo de la historia del hombre, se han encontrado una serie de creencias, mitos, dogmas y tipos de fe mágico-religiosa sobre seres supremos o de inimaginable poder; donde dichos elementos hacen parte de las características propias de una sociedad. Es importante destacar que, en dicha sociedad, habita una cultura, la cual recrea una serie de imaginarios simbólicos expresados en objetos de alabanza recordativa, como lo son las diversas manifestaciones artísticas expresadas en obras de arte que denotan mensajes.

“Este fundamento teórico de la semiótica social establece una clara diferencia con la Semiótica clásica, ya que ésta, en opinión de algunos críticos, no toma en cuenta la historia y relega el estudio de los significados sociales a un plano secundario, mientras que aquella concibe el mensaje como un producto social que se crea, circula y se recibe en ámbitos institucionales y públicos y en tiempos históricos marcados por la región ideológica dominante específica de una época. De hecho, la semiótica social se centra en el estudio de la relación que media entre la ideología, y los agentes e instancias (emisor, mensaje, receptor, instituciones, espacio geográfico, época histórica) que participan en la comunicación de un evento cultural completo. De ahí que la interpretación de un icono implique el análisis de un acto dinámico de comunicación social que produce

constantemente nuevos significados derivados de su contexto de producción y recepción.”<sup>18</sup>

## 2.14 EMBLEMAS

Debido a que uno de los objetivos específicos de este proyecto, es “Identificar los íconos e imágenes de las chivas turísticas, como emblemas culturales”, entonces partamos de dar a conocer la definición de lo que son los Emblemas. “Un emblema es un símbolo en el cual se representa alguna figura, mientras tanto, generalmente al pie de la misma se suele escribir un texto o lema explicativo, que por supuesto alude a aquello representado con la misión de reforzar el símbolo, la imagen. Por otra parte el término emblema refiere a la representación simbólica de algo, tal es el caso de la Paloma Blanca que se emplea como emblema de la Paz, o la balanza con dos platillos, emblemático símbolo que se usa históricamente para representar a la justicia”<sup>19</sup>. Las chivas turísticas están cargadas de emblemas representativos de algo en particular, estos son plasmados sus carrocerías y específicamente en la parte trasera del vehículo, ya que este espacio es la parte más importante de la chiva y es donde se plasma la imagen más representativa para el dueño o el conductor de esta. Por ejemplo, imágenes o emblemas que se plasman en las chivas, son algunos: Los símbolos patrios; estos dan a entender que el conductor siente amor por su país, por su región y quiere llevar la bandera y el escudo de la República de Colombia en su chiva. Los símbolos religiosos; estos comunican al receptor, que el conductor tiene Fe, Devoción y es creyente de algún santo en particular, por ejemplo, las imágenes o emblemas más populares en este sentido, son la Virgen Del Carmen, El Divino Niño, Cristo Crucificado. Los emblemas deportivos, por ejemplo, los escudos de los equipos de fútbol (El Atlético Nacional y el Independiente Medellín) cuando estas imágenes se ven plasmadas en la parte trasera de la chiva, da a entender que el conductor es

---

<sup>18</sup> GONZÁLEZ, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3.

<sup>19</sup> UCHA, Florencia. Sitio: Definición ABC, mayo 2011. Disponible en: [www.definicionabc.com/historia/emblema.php](http://www.definicionabc.com/historia/emblema.php)

hinchas de alguno de estos equipos, le gusta el fútbol y siente pasiones futboleras. Los emblemas que hacen referencia a iglesias y pueblos en particular; estas imágenes dan a entender al receptor, que dicha chiva pertenece a ese pueblo o a esa región en particular, también indica que el conductor o el dueño de la chiva nació en ese pueblo o que tiene afectos por esa región.

Estos emblemas plasmados en las chivas turísticas y en las vistas en el campo, hacen parte de toda esa cultura antioqueña que viene desde nuestros ancestros, cuando usaban las chivas para transportar mercado, materiales, animales, corotos, víveres, para llevar a sus veredas e ir de las veredas hacia el pueblo, todo esto son emblemas culturales y costumbres antioqueñas que llevas las chivas a cuesta en su rica historia. “Además, el respeto y el amor por estos emblemas generan un vínculo entre los ciudadanos del país y por eso es tan importante conocer sus historias, comprometerse en su valoración y defensa a cómo de lugar. Jamás deberíamos permitir que alguien los insulte cuando los ve o escucha y si así sucediera deberíamos denunciarlo, para que aquel que lo haga reciba un castigo, esta defensa refuerza nuestra vinculación con la patria y con los demás”<sup>20</sup>. Por ejemplo, nuestros emblemas antioqueños son la bandera del Departamento Antioquia y el escudo de Antioquia. La bandera es de color blanco en la parte superior y verde en la parte inferior; el color blanco representa la pureza, integridad, firmeza, inocencia. El color verde, hace referencia a la esperanza, a la libertad, a la abundancia, la fe, el respeto. Haciendo una relación con las chivas, frente al tema de Emblemas Culturales, estas son objetos que representan al campesino de las regiones antioqueñas, la historia de los ancestros que se transportaban en mula y luego abordaron las chivas para llevar sus productos y mercancía, las chivas son algo más que un vehículo, son obras de arte que llevan plasmada la historia de nuestras regiones, nuestras costumbres y el amor por Antioquia generalmente. “Los emblemas constituyen sistemas de signos cuyo significante es perceptible visualmente (aunque lo pertinente no sean siempre las

---

<sup>20</sup> UCHA, Florencia. Sitio: Definición ABC, mayo 2011. Disponible en: [www.definicionabc.com/historia/emblema.php](http://www.definicionabc.com/historia/emblema.php)

formas y los colores, sino la posición relativa de los elementos percibidos) y cuyo significado consiste en revelar la personalidad (en su estricta individualidad o en su dimensión social), bien del portador de los emblemas de uso inmediato (indumentaria, insignias), bien del titular de los emblemas de uso mediato (como escudos de armas, banderas, logotipos o monogramas), bien del afectado por los emblemas de relación social (como las normas de ceremonial y protocolo, que identifican a una persona en virtud de la red de relaciones sociales establecidas protocolariamente en la celebración de determinado acto)”<sup>21</sup>. Las chivas manejan una gran variedad de signos que comunican significados al receptor, todo esto es visual y llevan a que las personas entiendan el significado de algo en específico al mirarlo, por ejemplo, los signos que muestran un bafle, estos significan “música”, los signos que muestra una flecha hacia la derecha o la izquierda, estos significan “salida”, los signos que muestran un cigarrillo con una línea cruzada en forma diagonal, estos significan “prohibido fumar”. En las chivas se pueden apreciar estos tipos de signos que llevan un significado al receptor del mensaje. De igual manera se aprecian emblemas de uso mediato, como las banderas del Departamento de Antioquia, la República de Colombia, el escudo de Antioquia, el escudo de la República de Colombia y hasta de los equipos de fútbol de la región, estos emblemas comunican al receptor aspectos como: Al conductor de la chiva siente amor por su patria, por su región, por su territorio, es aficionado al fútbol e hincha de algún equipo. En sí, las chivas turísticas como emblemas culturales representan la antioqueñidad desde todos sus aspectos visuales: Banderas, símbolos religiosos, escudos, imágenes de pueblos, iglesias, etc. Estos hacen parte de una cultura antioqueña que desde sus inicios siempre ha abarcado el regionalismo y el amor que siente la gente por sus tradiciones, las cuales se representan en las chivas, gracias a todas sus imágenes y símbolos que se encuentra allí y hacen referencia al significado de lo que es Antioquia, como Departamento y tierra pujante.

---

<sup>21</sup> FRUTOS, Montaner Alberto. Sentido y Contenido de los Emblemas. *Emblemata*, 16 (2010), pp.45-79. Disponible en: <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/30/55/04montaner.pdf>

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El prototipo de investigación que se efectuara para el trabajo de grado será etnográfico, se trata del estudio de las costumbres y tradiciones de un grupo de personas o grupos durante un cierto período de tiempo, utilizando la observación participante para el cual las entrevistas juegan un papel importante como herramienta, a fin de identificar el comportamiento, y descubrir datos que son complejos de identificar a simple vista, para una persona que no forma parte de la cultura o el grupo sujeto de análisis, revelando los significados que sustentan las acciones e interacciones.

La investigación etnográfica, según la acepción de Malinowski “es aquella rama de la antropología que estudia descriptivamente las culturas. Etimológicamente, el término etnografía significa la descripción (grafé) del estilo de vida de un grupo de personas habituadas a vivir juntas (ethnos). Por tanto, el ethnos, que sería la unidad de análisis para el investigador, no sólo podría ser una nación, un grupo lingüístico, una región o una comunidad, sino también cualquier grupo humano que constituya una entidad cuyas relaciones estén reguladas por la costumbre o por ciertos derechos y obligaciones recíprocos. Así, en la sociedad moderna, una familia, una institución educativa, una fábrica, una empresa, un hospital, una cárcel, un gremio obrero, un club social y hasta un aula de clase, son unidades sociales que pueden ser estudiadas etnográficamente. Es un proceso dirigido hacia el descubrimiento de muchas historias y relatos idiosincrásicos, pero importantes, contados por personas reales, sobre eventos reales, en forma real y natural”<sup>22</sup>

La etnografía en ese caso de exploración, establece los procesos y técnicas a utilizar para desplegar el problema planteado, es decir, te marca el camino y la

---

<sup>22</sup> Malinowski, Bronislaw, (1973): “Introducción: Objeto, método y finalidad de esta investigación”, en los Argonautas del pacífico occidental. Barcelona: Península, (pp.19-42) Disponible en: [http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/ana/MALINOWSKI\\_LAPO.pdf](http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/ana/MALINOWSKI_LAPO.pdf)

forma de circular para obtener los efectos consecuentes con los objetivos planteados.

Como primera etapa de la investigación su perfil consiste en: observación y descripción; es decir, trabajando en base al terreno, por medio del trabajo de campo, haciendo una descripción específica de las opiniones y acciones de los individuos de una cultura que se adquiere a partir de la observación participante y de las entrevistas durante el trabajo de campo.

El objetivo principal de este proyecto apunta, a identificar un análisis de la implementación de la iconografía en las chivas turísticas en la ciudad de Medellín, es realizar el análisis etnográfico desde la historia de los iconos y símbolos representativos de la cultura, el cual aún genera que hoy en día decoren las chivas con elementos coloridos presentando el tipo de investigación desde un punto descriptivo, además pone en juego el componente de identificaciones de patrones culturales.

### **3.1 PARADIGMA O ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

En esta investigación, el enfoque a aplicar será el interaccionismo simbólico, con este se busca conocer e interpretar los orígenes iconográficos y las transformaciones que ha venido presentando con los años en las chivas turísticas, cómo es la iconografía de las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en Medellín.

El interaccionismo simbólico, parte del significado de un comportamiento que se forma en la intercomunicación social. Su producto es un procedimiento de conceptos intersubjetivos, un grupo de símbolos de cuyo significado participan los actores.

### **3.2 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Algunos de los modelos más utilizados para realizar un método etnográfico y para llevar a cabo en esta investigación, son:

- Se planea hacer una entrevista en la empresa Chivas Rumba, para conocer a sus dueños y los conductores, así obtener la percepción que manejan frente al tema de la iconografía en las chivas turísticas en Medellín.
- Se pretende hacer observación no participante para toma de información y datos que ayuden a la investigación.
- El ingreso al perímetro de la investigación y la elección de los informantes.
- La recolección de datos o antecedentes y el criterio en la duración de la visita en el escenario.
- El proceso y análisis de la información obtenida.

### **3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

Realizar un diario de campo que me permita plasmar los acontecimientos y las realidades de la implementación de la iconografía en las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en Medellín.

Análisis de Contenidos (Documentos originales, diarios, novelas, entrevistas, apuntes de investigación, noticias, fotografías, autobiografías, cartas, discursos).

Análisis de contenido: La primera tarea de un investigador es identificar los registros sobre el esquema que está analizando; por eso un periodo fundamental para la Investigación es el análisis de los documentos referentes al tema estudiado.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que los documentos son muy diversos, teniendo que acudir a todos los que demande este trabajo de grado, sin más limitaciones que su pertinencia y su posibilidad de acceso.

La clasificación, no obstante, es difícil, dada a la diversidad y multiplicidad, así se puede destacar: artículos o periódicos, que tienen un carácter oral, documentos impresos, también dentro del material Impreso se analizan libros o revistas profesionales, memorias, anuarios, prensa los datos de carácter icónico: fotografías, diapositivas, filmes, grabaciones de audio en discos o cassette, la televisión, el cine o el vídeo.

Entrevistas abierta o semi-estructurada: El entrevistador lleva un patrón o guía con los casos a tratar, los métodos a usar y el esquema de las preguntas. Cabe mencionar, que a medida que se va realizando este tipo de entrevistas, por ser estas de un ámbito más informal, se suele salir un poco del esquema, debido a que en el camino surgen nuevas preguntas en función de lo que dice el entrevistado; estas también Permiten evaluar mejor qué piensa realmente el interrogado permite la Formulación de preguntas de forma directa, clara y no amenazante.

Las entrevistas se realizarán siguiendo el formato realizándose a conductores de las chivas en la empresa a realizar la investigación, a usuarios que montan en las respectivas chivas, a los diferentes propietarios de chivas turísticas.

Observación Participante: El etnógrafo colabora de forma activa y así poder recoger información necesaria para su investigación, la persona que observa es aceptado como integrante, aunque sea temporalmente, en el caso de esta investigación en las chivas de la empresa a investigar posteriormente pasaran a delimitar los usuarios y las chivas de análisis, posiblemente donde se encuentre un mayor tipo de iconografía, apoyados en diarios de campo que permitirá estructurar la información.

Diario de campo: Permite dar un registro de aquellos hechos que son susceptibles de ser interpretados, permite sistematizar las experiencias para luego analizar los resultados. El diario de campo debe permitirle al investigador una excelente visión permanente del proceso en desarrollo, esto es de gran utilidad para el investigador. En el diario de campo se toma nota de aspectos que se consideren importantes para su organización e interpretación la información que está depositando en él.

### **3.4 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES**

El estudio de la población de esta investigación se realizará a conductores de chivas turísticas de la ciudad de Medellín, de igual manera a usuarios que monten o hayan montado en estos vehículos para conocer sus opiniones y percepciones de dichos vehículos. Se tomarán fotos de las chivas turísticas que administra la empresa Chivas Rumba, para llevar a cabo su análisis de iconográfico.

### 3.5 PLAN DE TRABAJO Y PRESUPUESTO

#### 3.5.1 Cronograma

ACTIVIDAD	ENERO 2019	FEBRERO 2019	MARZO 2019	ABRIL 2019	MAYO 2019
Acercamiento a la empresa Chivas Rumba.					
Antecedentes					
Escritura del proyecto.					
Creación del Marco Teórico.					
Visitas a la empresa y entrevistas.					
Diseño metodológica.					
Toma de fotos					

### 3.5.2 Presupuesto

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO TOTAL
Transporte en Metro (viaje ida y vuelta)	10 veces	\$4.510	\$45.100
Transporte en automóvil.	5 veces	\$9.438 galón de gasolina.	\$47.190
Recorrido en las chivas para hacer observación.	2 veces	\$20.000	\$40.000
Alimentación y bebidas.	2 veces	\$30.000	\$60.000

## 4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS Y TABULACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS.

El objetivo general del proyecto, es analizar semióticamente la iconografía de las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba, en la ciudad de Medellín; para cumplirlo se establecieron tres objetivos específicos, el primero era identificar los íconos e imágenes de las chivas turísticas, como emblemas culturales. El segundo era, reconocer los diferentes niveles semióticos que tienen los símbolos en las chivas turísticas y el tercero fue, analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín.

Para el primer objetivo se eligió como técnica la entrevista abierta o semi-estructurada para poder conocer a sus dueños y los conductores, así obtener la percepción que manejan frente al tema de la iconografía en las chivas turísticas en Medellín.

En esta entrevista se registró como cada uno de los conductores de la empresa Chivas Rumba percibe la comunicación en el tema de la iconografía en las chivas turísticas, también se identificaron cada uno de los elementos que hacen parte del proceso (semióticamente e iconográficamente) y posteriormente se creó una matriz con el fin de codificar y relacionar lo observado con las categorías y subcategorías del Marco Teórico. (Ver tabla N°1)

Para el hallazgo de esta información, por parte de los conductores de la empresa Chivas Rumba en Medellín, se inició con un instrumento basado en una entrevista semi estructurada a cinco conductores, donde se realizaron nueve preguntas, posteriormente se creó un archivo en Excel donde se depositó la información basada en preguntas y respuestas a los conductores. Es ahí donde se llega a la triangulación. La triangulación, es el cruce de información basado en las variables, categorías y subcategorías del Marco Teórico y las respuestas de los conductores, de la empresa Chivas Rumba. Luego se pasó a hacer la categorización, esta para dar respuesta al contenido del Marco Teórico, donde se pone “SI” como número 1 (uno) y “NO” como número 0 (cero) donde se realiza el hallazgo de las categorías y sub categorías del Marco Teórico y de la categorización, basada en todos los elementos incluidos en el proyecto de grado.

3. Analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chiva	
Entrevista conductores de las chivas turísticas de la empresa Chivas	
Entrevista a conductor de una chiva turística de la empresa Chivas Rumba de la ciudad de Medellín. Jhon Mario Giraldo	Entrevista a conductor de una chiva turística de la empresa Chivas Rumba de la ciudad de Medellín. Franklin Alberto Zapata
1 ¿Qué son los "gallos" en las chivas?	1 ¿Qué son los "gallos" en la chiva?
son esos lujos, que se le colocan a la chiva para que se vean mejor o nos ayuden a trabajar, lo que es las exploradoras, los retrovisores, el equipo de sonido.	Son esos decorados que se le hacen a los carros.
2 ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo la profesión de conductor?	2 ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo la profesión de conductor?
Hace 15 años tengo la chiva y he trabajado para varias empresas	25 años
3 ¿Cuál cree usted que es el origen de adicionarle decorados a las chivas?	3 ¿Cuál cree usted que es el origen de adicionarle decorados a las chivas?
Pues uno ve que, desde hace muchos años, la gente le gusta ponerles lujos a los carros, a mí en particular no me gusta, mi chiva es simple, pero mis compañeros dicen que con lujos se ve más bonita y atrae más, pero a mí me parece muy "apayasado".	Siempre la gente lo ha hecho, eso es muy colombiano.
4 ¿Qué cree que piensan sus pasajeros sobre estos adornos?	4 ¿Qué cree que piensan sus pasajeros sobre estos adornos?
La gente cuando viaja aquí, se siente contenta y le gusta que les pongan buena música y se hacen el ambiente.	Pues lo agradable del carro, es muy bueno ver un carro bien acondicionado.
5 ¿Qué significa para usted cada uno de los elementos que instala?	5 ¿Qué significa para usted cada uno de los elementos que instala?
Pues a mí no me gusta, pero para nosotros por ejemplo llevar a la virgen del Carmen es muy importante, porque ella es la que protege nuestro	Creo mucho en la virgen de Guadalupe es muy milagrosa, es la que me ayuda para poder hacer mi trabajo todos los días, mi silla esta con este acolchado porque como

Tabla N°1: Entrevista a conductores de la empresa Chivas Rumba, en Medellín

Para el segundo objetivo y complementar el primero; se eligió como técnica de investigación una observación participante; se realizó un recorrido con las chivas de empresa Chivas Rumba, escuchando a los usuarios como eje fundamental de la empresa para ver cómo perciben semióticamente la iconografía de las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba. En la ciudad de Medellín, se realizó una observación semiótica a partir de símbolos, de colores que representan comunicación visual, se realizó una observación a partir de la iconografía a través de iconos y objetos que son la representación de las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba, en la ciudad de Medellín.

Se percibió que los conductores dan cuenta de: Las imágenes religiosas plasmadas en las chivas, las calcomanías, los nombres que le dan a las chivas,

los colores y las pinturas, todos estos elementos hacen parte de cuestiones sentimentales, gustos personales, costumbres familiares, entre otros.

Para el hallazgo de esta información, por parte de los usuarios que han utilizado las chivas de la empresa Chivas Rumba en Medellín, se inició con un instrumento basado en una entrevista semi estructurada a cinco usuarios, donde se realizaron 6 preguntas, posteriormente se creó un archivo en Excel donde se depositó la información basada en preguntas y respuestas a los usuarios. Es ahí donde se llega a la triangulación. La triangulación, esta el cruce de información basado en las variables, categorías y subcategorías del Marco Teórico y las respuestas de los usuarios (Ver tabla N°2) De ahí se pasa a hacer la categorización, esta para dar respuesta al contenido del Marco Teórico, donde se pone “SI” como número 1 (uno) y “NO” como número 0 (cero) donde se realiza el hallazgo de las categorías y sub categorías del Marco Teórico y de la categorización, basada en todos los elementos incluidos en el proyecto de grado. (Ver tabla N°3)

Matriz de categorización actual - Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer? Iniciar sesión Compartir

Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

L4 SIMBOLOS Un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada.

MATRIZ CATEGORIAL						variable /categoria	subcategoria 1
1	OBJETIVO GENERAL :Análisis semiótico de la iconografía de las chivas turísticas en la ciudad de Medellín.					SEMIOTICA Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos	INDICIOS Según Ch...
2	Objetivo específico 1	objetivo específico 2	objetivo específico 3				
3	Identificar los íconos e imágenes de las chivas turísticas, como emblemas culturales	Reconocer los diferentes niveles semióticos que tienen los símbolos en las chivas turísticas	Analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín			SIMBOLOGIA Rama del conocimiento que estudia a los símbolos, se utiliza para nombrar al sistema de los símbolos que identifican a los diferentes elementos de algún ámbito.	SIMBOLOS Un símb...
4						HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIOQUIA la chiva también conocida como «buses escalera», son autobuses típicos de Colombia, Ecuador y Panamá adaptados en forma artesanal para el transporte público rural	HISTORIA DEL TRA...
5						ICONOGRAFIA es la descripción del tema o asunto representado en las imágenes artísticas	ICONOGRAFIA E IC...
6							
7							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							

matriz de categorización observación no participante diario de campo entrevista cont ...

Listo 98%

Tabla N°2: Matriz categorial y objetivos específicos

Matriz de categorización actual - Excel

variable /categoría	subcategoría 1	subcategoría 2	subcategoría 3
1			
2	<b>SEMIOTICA</b> Ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos	<b>INDICIOS</b> Según Charles Peirce, es un signo determinado por su objeto dinámico en virtud de la relación real que mantiene con él. Un indicio es el carácter, pista o descubrimiento que carece de sentido, pero da un rastreo objetivo y cognitivo de la idea planteada en el enunciado.	<b>INDIVIDUOS</b> Son elementos habitantes de Medellín, que permiten explorar al investigador sobre el tema en mención y han sido participantes del objeto de investigación: La iconografía de las chivas.
3			
4	<b>SIMBOLOGIA</b> Rama del conocimiento que estudia a los símbolos, se utiliza para nombrar al sistema de los símbolos que identifican a los diferentes elementos de algún ámbito.	<b>SIMBOLOS</b> Un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada.	<b>ELEMENTOS</b> Los elementos componen a la simbología, ya que son esa representación de su esencia en particular. Un elemento representa algo, por ende envía un mensaje claro al receptor para su análisis.
5	<b>HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIIOQUIA</b> la chiva también conocida como «buses escalera», son autobuses típicos de Colombia, Ecuador y Panamá adaptados en forma artesanal para el transporte público rural	<b>HISTORIA DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN EL VALLE DE ABURRÁ</b> Cuenta la ciudad con un sistema privado de buses urbanos que atiende todas las zonas del municipio, aunque este sistema carece de una óptima planeación y proyección. La norma general actual es que todos los buses lleven al centro de la ciudad.	<b>DECORACIÓN Y ARTE EN LAS CHIVAS TURÍSTICAS</b> La chiva es un medio de transporte relevante en la zona rural de esta región. En camino urbano es explotada como destino para realizar paseos turísticos
6	<b>ICONOGRAFIA</b> es la descripción del tema o asunto representado en las imágenes artísticas	<b>ICONOGRAFIA E ICONOLOGIA LA SEMIOLOGIA O SEMIOTICA</b> aborda otra disciplina denominada semántica, y las no verbales (que estudian la simbología, la iconografía y la iconología)	<b>RECURSOS PARA "ENGALLAR" LAS CHIVAS NOMBRES</b> En este aspecto, propiamente el dueño del vehículo y la empresa para la cual presta el servicio, con el dinero en la parte de decorado, pintura, adornos conjuga a una chiva turística
7			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			

matriz de categorización observación no participante diario de campo entrevista con ...

Tabla N°3: Variables/categorías y subcategorías

Para el tercer objetivo, se eligió como instrumento el diario de campo. Este diario de campo se realizó a partir de las visitas a la empresa y en la participación de los turistas y de las entrevistas a los conductores y usuarios de la empresa Chivas Rumba, en la ciudad de Medellín.

Para el hallazgo de esta información, por parte de los conductores de Chivas Rumba en Medellín, se inició con un instrumento basado en un diario de campo, donde se hizo una observación, de cómo llegan con las chivas engalladas a la

empresa y la entrevista a cinco conductores. Posteriormente se creó un archivo en Excel donde se depositó la información basada en observaciones. Es ahí donde se llega a la triangulación. La triangulación lleva al cruce de información basada en las variables, categorías y subcategorías del Marco Teórico y la observación a los conductores de Chivas Rumba. De ahí se pasa a hacer la categorización, esta para dar respuesta al contenido del Marco Teórico, donde se pone “SI” como número 1 (uno) y “NO” como número 0 (cero) donde se realiza el hallazgo de las categorías y sub categorías del Marco Teórico y de la categorización, basada en todos los elementos incluidos en el proyecto de grado.

Para la entrevista a los usuarios, se escogieron cinco personas que han utilizado los servicios de la empresa Chivas Rumba, en Medellín. Cada entrevista tuvo seis (6) preguntas y cada usuario respondió de una manera franca y simple a las preguntas. En realidad, todos los usuarios tienen pensamientos muy similares con respecto la iconografía, los símbolos, los colores y los adornos que se encuentran en las chivas y son de su total agrado.

Para el hallazgo de esta información, por parte de los usuarios que han utilizado las chivas de la empresa Chivas Rumba en Medellín, se inició con un instrumento basado en una entrevista semi estructurada a cinco personas, donde se realizaron las preguntas, posteriormente se creó un archivo en Excel donde se depositó la información basada en preguntas y respuestas a los usuarios. (Ver tabla N°4)

Es ahí donde se llega a la triangulación. La triangulación nos llevó al cruce de la información basada en las variables, categorías y subcategorías del Marco Teórico y las respuestas de los usuarios. De ahí se pasa a hacer la categorización, esta para dar respuesta al contenido del Marco Teórico, donde se pone “SI” como número 1 (uno) y “NO” como número 0 (cero) donde se realiza el hallazgo de las categorías y sub categorías del Marco Teórico y de la categorización, basada en todos los elementos incluidos en el proyecto de grado.

3. Analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín									
			CRUCE DE VARIABLES ENTREVISTA						
			variable categoría	subcategoría 1					
1	Entrevistas a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín. Luz Idalba Ramírez Giraldo	Entrevistas a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín. Juan Carlos Sáenz Arias	Entrevistas a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín. Juan Diego Pabón Buitrago						
2	1 ¿Qué piensa usted que representan las decoraciones en las chivas	1 ¿Qué piensa usted que representan las decoraciones en las chivas	1 ¿Qué representa estos "gallos" para usted?						
3	Que es lo que le gusta al chofer.	Pues de alguna u otra manera, es todo lo que piensa el chofer del mundo, mire por ejemplo que le colocan caicos de Nueva York o de otras ciudades del mundo, de pronto teniendo deseos reprimidos de viajar, también colocan trasto mulas, pues eso los choferes colocan esas imágenes y todas son de cosas de ellos, como si fuera su cuarto.	A mí me gustan mucho, porque son muy recargados, porque ese montón de colores se ve bonito.						
4	2 ¿Cuál cree usted es el origen de "engallar" las chivas?	2 ¿Cuál cree usted es el origen de "engallar" las chivas?	2 ¿Cuál cree usted es el origen de "engallar" las chivas?						
5	En los pueblos, que les colgaban tanta cosa a esos carros.	Yo diría que lo hacen porque pasan, más tiempo en la chiva que en la casa y estos adornos los hace sentir bien.	Creería que de los pueblos y el campo. Eso es algo muy pasa						
6	3 ¿Usted cree que se ve bien?	3 ¿Usted cree que se ve bien?	3 ¿Usted cree que se ve bien?						
7	Pues a mí me gusta la virgen de Guadalupe, se ve muy linda y me voy reando en el camino.	Se ve muy bacano y creativo.	Si me gustan todos sus adornos, las imágenes.						
8	4 ¿Cómo lo prefiere?	4 ¿Cómo lo prefiere?	4 ¿Cómo lo prefiere?						
9	Me gusta porque las sillas son cómodas.	Algo colorido, emblemático y llamativo.	Así como las veo siempre, me gustan.						
10	5 ¿Qué representa estos "gallos" para usted?	5 ¿Qué representa estos "gallos" para usted?	5 ¿Qué representa estos "gallos" para usted?						
11	Pues no olvidamos de Dios que está en todo momento y lugar.	Colombianadas	Representación de la tierra, las costumbres, preferencias.						
12	Entrevistas a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín. Laura Estada Galano	6 ¿Qué piensa usted que representan las decoraciones en las chivas? Respuesta:							
13	1 ¿Qué piensa usted que representan las decoraciones en las chivas	Que ellos quieren que todo se vea muy lindo, reflejar seguridad, pues por todos los santos que colocan, como decir que vamos con Dios.							
14	Todo lo que les pertenece la familia, los hijos, la devoción, la pasión por un equipo de futbol, hasta ya uno sabe que emisora de música escuchan.	Entrevistas a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín. Maria Isabel Londoño							
15	2 ¿Cuál cree usted es el origen de "engallar" las chivas?	1 ¿Cuál cree usted es el origen de "engallar" las chivas?							
16	Los primeros conductores que hubo en la ciudad, empezaron con las cosas bordadas y la silla con bolas de madera.	De las creencias y gustos de cada quien							

Tabla N°4: Entrevista semiestructurada a los usuarios que han utilizado las chivas turísticas, de Chivas Rumba.

La triangulación nos condujo al cruce de la información basada en las variables, categorías y subcategorías del Marco Teórico y las respuestas de los usuarios, para llegar a un fin que conjuga todo el vaciado de los instrumentos: Diario de campo, observación no participante y entrevistas. (Ver tabla 5)

variable	categoria	Ficha observación participante	Diario de campo	Entrevista a conductores	Entrevista usuarios
1	SEMÍOTICA	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos, se indagó sobre las apreciaciones que tienen usuarios y conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN en el tema de intercambio de información	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte del conocimiento que saben los conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN sobre todo lo relacionado con los signos que contienen las chivas	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas "Son esas, que se le ponen para mejorar el carro, que se vea más agradable para los pasajeros, para que quieran montar en el carro de uno, porque hay unos que nos les gusta montar en carro feo."	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas u otra manera, es todo lo que piensa el por ejemplo que le colocan calcos de Medellín en las ciudades del mundo, de pronto teniendo viajar, también colocan trazo mulas, p. colocan esas imágenes y todas son de fuera su cuarto".
2	ESTADO DEL ARTE	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos, las apreciaciones que tienen usuarios y conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte de la participación de conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas que tienen sus usuarios y el carro que manejan	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas sus usuarios referente a las chivas turísticas
3	DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos, se indagó sobre las apreciaciones sobre comunicación que existe entre los usuarios y conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte de la comunicación de conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas que tienen sus usuarios sobre la comunicación	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas sobre los conductores
4	LA SIMBOLOGÍA	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos, se indagó sobre las apreciaciones que tienen usuarios y conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN en el tema de las chivas o los buses como símbolo en una cultura	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte del conocimiento que saben los conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN sobre todo lo relacionado con los símbolos que contienen las chivas	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas "Pues yo soy muy devoto a la virgen del Carmen y la gran mayoría de la gente son católicos les gustan los santos a mí nadie nunca me ha dicho que eso tan feo al contrario me pregunta que donde mande a imprimir la virgen del Carmen y el cristo de Buga	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas pertenecen a la familia, los hijos, la devoción equipo de fútbol, hasta ya uno sabe que escuchan"
5	SÍMBOLOS	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se evidenciaron a través de su conocimiento un poco de las apreciaciones que tienen los usuarios de los de los símbolos que llevan las chivas o buses escalera	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte del conocimiento que saben los conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN sobre todo lo relacionado con los símbolos que contienen las chivas	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas que tienen sus usuarios sobre los símbolos que tienen en carro que manejan	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas sus usuarios sobre los símbolos del carro
6	HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIOQUIA	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se evidenciaron a través de su conocimiento un poco de la historia de las chivas o buses escalera	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte del conocimiento de las historias que saben los conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN sobre todo lo relacionado con la historia de los buses escaleras	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre el conocimiento que tienen en la historia de las chivas como sistema de transporte	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas usuarios sobre las chivas como medio de transporte
7	HISTORIA DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN EL VALLE DE ABURRÁ	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se evidenciaron a través de su conocimiento un poco de la historia del transporte público	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte del conocimiento de las historias que saben los conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN sobre todo lo relacionado con la historia del transporte público	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre el conocimiento que tienen en la historia de los buses como sistema de transporte	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas usuarios sobre este sistema de transporte
8	DECORACIÓN Y ARTE EN LAS CHIVAS TURÍSTICAS	en la investigación a través de la observación que se realizó haciendo los recorridos los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se evidenciaron a través de su conocimiento un poco de la historia de las de las decoraciones en el carro	en la observación a través de recorridos, observando, hablando, mirando que se puede obtener aparte del conocimiento de las historias que saben los conductores y usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN sobre todo lo relacionado con la historia de las decoraciones en el carro	através de la entrevista a los conductores de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas que tienen sus usuarios sobre el arte y la decoración de los carros que manejan	através de la entrevista a los usuarios de la EMPRESA CHIVAS RUMBA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN se investigó más a fondo sobre las perspectivas que tienen sus usuarios sobre las decoraciones en los carros que manejan

Tabla N°5: Triangulación donde se reúnen las variables, fichas de observación, diario de campo, entrevista a conductores y usuarios, teorías y el pensamiento del investigador.

La categorización se hizo para conocer el número de veces que, en las entrevistas, el diario de campo y en la observación no participante, se habla de las categorías y subcategorías. Donde se pone "SI" como número 1 (uno) y "NO" como número 0 (cero). Por ejemplo:

**En la ficha de Observación No Participante:** Si se habló sobre semiótica, se habló sobre Estado del Arte, se habló sobre la simbología, se habló sobre decoración y arte en las chivas turísticas, se habló sobre los Recursos para

“engallar” las Chivas y sus Nombres, se habló sobre Semiótica, se habló sobre la Iconografía y la historia de la iconografía en Colombia.

No se habló sobre Definición de Comunicación, símbolos, historia del bus escalera en Antioquia, historia del transporte público en el Valle de Aburrá e iconografía e iconología la semiología o semiótica.

**En el Diario de Campo:** Si se habló sobre semiótica, se habló sobre Estado del Arte, se habló sobre la simbología, se habló sobre decoración y arte en las chivas turísticas, se habló sobre los Recursos para “engallar” las Chivas y sus Nombres, se habló sobre Semiótica, se habló sobre la Iconografía y la historia de la iconografía en Colombia.

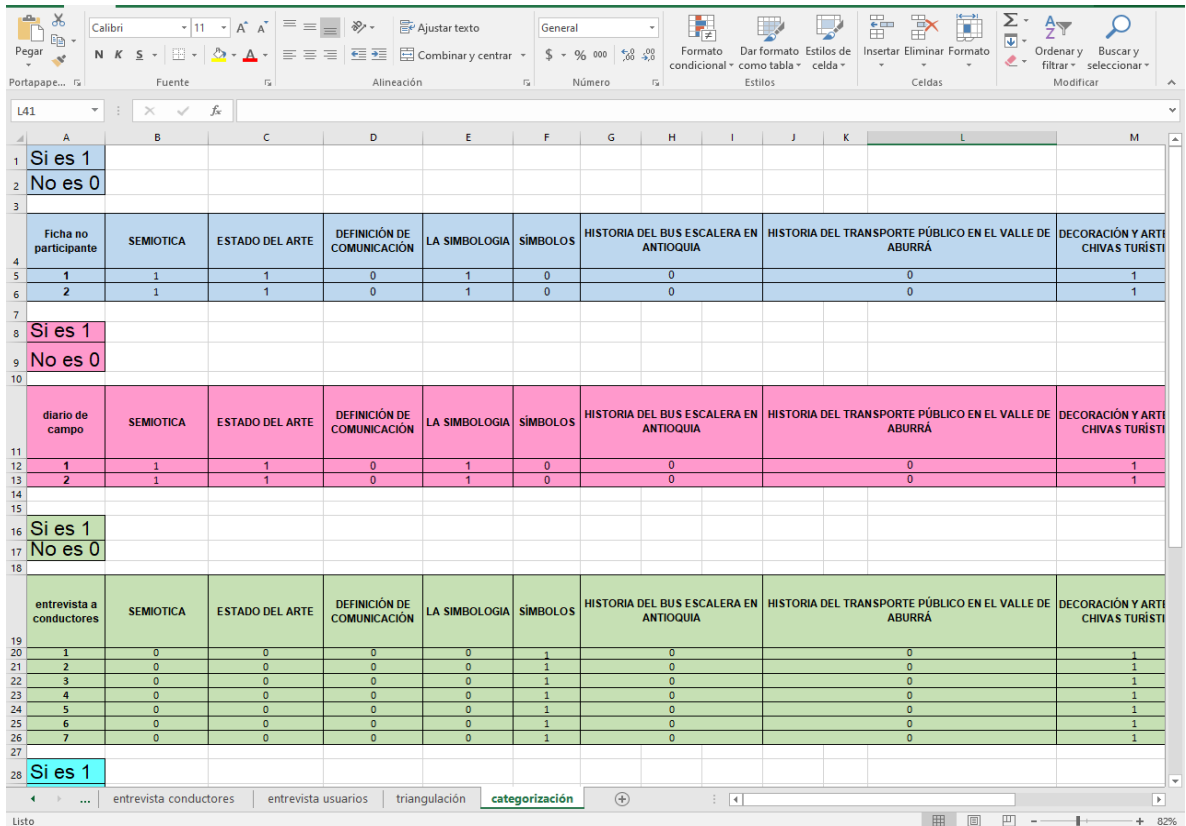
No se No se habló sobre Definición de Comunicación, símbolos, historia del bus escalera en Antioquia, historia del transporte público en el Valle de Aburrá e iconografía e iconología la semiología o semiótica.

**En la Entrevista a Conductores:** Si se habló sobre Símbolos, se habló sobre decoración y arte en las chivas turísticas, se habló sobre los Recursos para “engallar” las Chivas y sus Nombres y se habló sobre la historia de la iconografía en Colombia.

No se habló sobre Semiótica, no se habló sobre Estado del Arte, no se habló sobre Definición de Comunicación, no se habló sobre Simbología, no se habló sobre historia del bus escalera en Antioquia, no se habló sobre historia del transporte público en el Valle de Aburrá, no se habló sobre Iconografía y tampoco sobre la iconografía e iconología la semiología o semiótica.

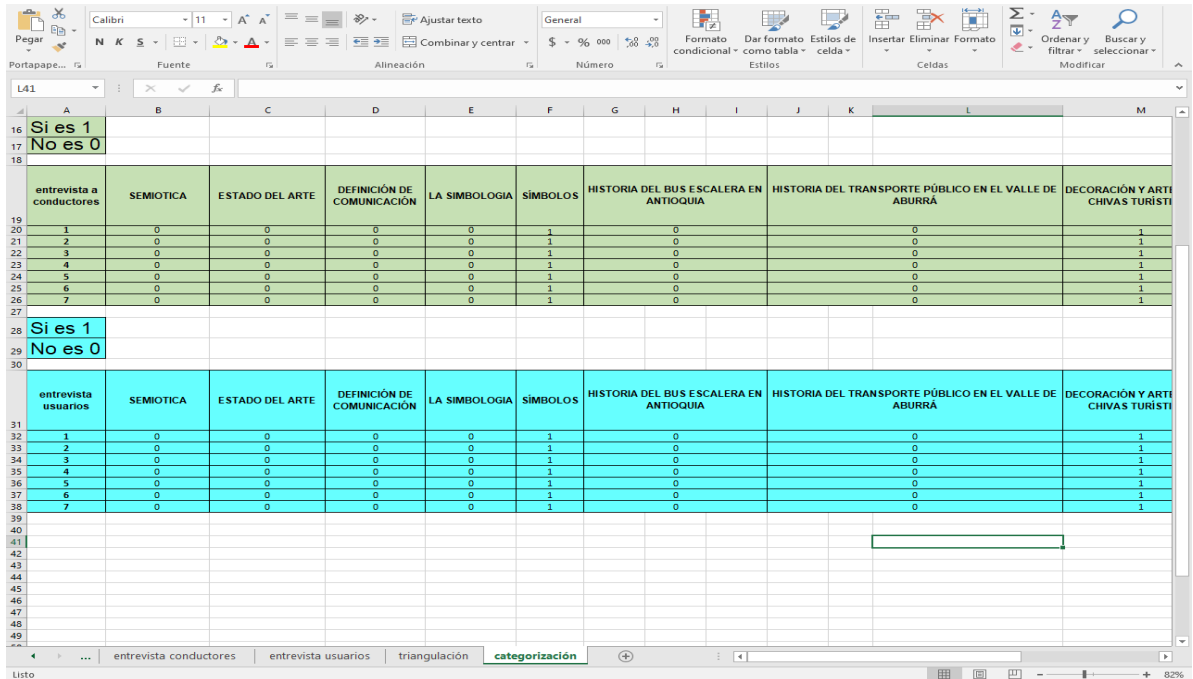
**En la Entrevista a los Usuarios:** Si se habló sobre Símbolos, si se habló sobre decoración y arte en las chivas turísticas, si se habló sobre los Recursos para “engallar” las Chivas y sus Nombres y se habló sobre la historia de la iconografía en Colombia.

No se habló sobre Semiótica, no se habló sobre Estado del Arte, no se habló sobre Definición de Comunicación, no se habló sobre la Simbología, no se habló sobre historia del bus escalera en Antioquia, no se habló sobre historia del transporte público en el Valle de Aburrá, no se habló sobre Iconografía y tampoco sobre la iconografía e iconología la semiología o semiótica. (Ver tabla N°6 y N°7)



	SEMIOTICA	ESTADO DEL ARTE	DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN	LA SIMBOLOGIA	SÍMBOLOS	HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIOQUIA	HISTORIA DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN EL VALLE DE ABURRÁ	DECORACIÓN Y ARTICHIVAS TURÍSTI
<b>Ficha no participante</b>								
1	1	1	0	1	0	0	0	1
2	1	1	0	1	0	0	0	1
<b>diario de campo</b>								
1	1	1	0	1	0	0	0	1
2	1	1	0	1	0	0	0	1
<b>entrevista a conductores</b>								
1	0	0	0	0	1	0	0	1
2	0	0	0	0	1	0	0	1
3	0	0	0	0	1	0	0	1
4	0	0	0	0	1	0	0	1
5	0	0	0	0	1	0	0	1
6	0	0	0	0	1	0	0	1
7	0	0	0	0	1	0	0	1

Tabla N°6: Categorización donde “SI” va con el número 1 (uno) y “NO” va con el número 0 (cero) donde se realiza el hallazgo de las categorías y subcategorías.



	SEMIOTICA	ESTADO DEL ARTE	DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN	LA SIMBOLOGIA	SÍMBOLOS	HISTORIA DEL BUS ESCALERA EN ANTIOQUIA	HISTORIA DEL TRANSPORTE PÚBLICO EN EL VALLE DE ABURRÁ	DECORACIÓN Y ARTICHIVAS TURÍSTI
<b>entrevista usuarios</b>								
1	0	0	0	0	1	0	0	1
2	0	0	0	0	1	0	0	1
3	0	0	0	0	1	0	0	1
4	0	0	0	0	1	0	0	1
5	0	0	0	0	1	0	0	1
6	0	0	0	0	1	0	0	1
7	0	0	0	0	1	0	0	1

Tabla N°7: Categorización donde “SI” va con el número 1 (uno) y “NO” va con el número 0 (cero) donde se realiza el hallazgo de las categorías y subcategorías.

Para llevar a cabo el diario de campo, este se realizó apartir de las visitas a la empresa y en la participación de los tures y de las entrevistas a los conductores de la empresa Chivas Rumba, en la ciudad de Medellín. (Ver imagen N°8)

A	B	C	D	E	F	G
<b>LUGAR: Empresa Chivas Rumba</b>			<b>OBSERVACIÓN</b>			
<b>FECHA: 02 de mayo de 2019</b>						
<b>HORA DE INICIO: 11:00 AM</b>			<b>HORA DE FIN: 1:00 PM</b>			
<b>DESCRIPCIÓN DE GRUPO OBSERVADO</b>						
JOVENES__ ADULTOS_X_ ADULTOS MAYORES__						
<b>ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA:</b> 5 conductores de chivas						
<b>DESCRIPCION DE LA OBSERVACION:</b> como llegan con sus chivas "engalladas" a la empresa y me conceden entrevistas 5 conductores.						
<b>DESCRIPCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DEL INVESTIGADOR:</b> Son muy cordiales, con un lenguaje coloquial, impresionados porque nunca nadie les había hecho una entrevista sobre los "gallos" en Las chivas, ellos afirman que no lo hacen por reconocimiento, si no por cariño e identidad.						
<b>TIPO DE LENGUAJE</b>		<b>ELABORADO POR:</b>		<b>PALABRAS CLAVE:</b>		
COLOQUIAL:X		Fernan Arias Ramirez		decoración, cariño,		
TÉCNICO:				gallos, cultura.		
iz de categorización		observación no participante		diario de campo		entrevista conductores

Imagen N°8: Ficha del diario de campo utilizada en las observaciones participantes y no participantes

Para el hallazgo de esta información, por parte de los conductores de Chivas Rumba en Medellín, se inició con un instrumento basado en un diario de campo, donde se hizo una observación, de cómo llegan con las chivas engalladas a la empresa y la entrevista a cinco conductores. Posteriormente se creó un archivo en Excel donde se depositó la información basada en observaciones, los criterios de orden para depositar la información fueron: Primero se vació la información obtenida en la ficha de observación no participante, luego se pasó a realizar el vaciado de información en el diario de campo, de allí se pasó a plasmar la información de las entrevistas a los conductores, luego se realizó la entrevista a los usuarios. A continuación, se pasó a realizar la triangulación y finalmente se hizo la categorización.

#### **4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO Y CATEGORIAL**

Tomando en cuenta **La Historia Del Bus Escalera En Antioquia**, como Categoría, damos cuenta desde el Marco Teórico que la chiva es un medio de transporte nacido en Antioquia, gracias a este, muchos individuos han podido transportarse de un lugar a otro, han podido ir a las plazas de mercado, al parque central del pueblo, a las veredas y fincas. Las chivas también son reconocidas como buses escaleras, estas son todo un ícono de lo que es lo criollo en todo el sentido de la palabra, los primeros buses escalera o chivas, llegaron a la ciudad de Medellín, en donde nació la primera empresa privada de buses fundada en 1913, gracias a Ricardo Olano, primero eran unas camionetas, y a medida que fue creciendo la ciudadanía, también fueron aumentando las chivas en tamaño y modificándose, para poder suplir las necesidades de las poblaciones.

“A pesar de que todas las chivas tengan el mismo proceso de construcción, los detalles hacen que cada una sea única y son los dueños de los buses quienes al final imprimen su ADN en los diseños y distintivos que se ven en la parte frontal interna de cada escalera, “él es el que pone todo lo que le gusta para que su carro sea diferente, eso tiene mucho que ver con la emotividad del propietario. Esos

detalles hablan de él como conductor”, asevera Saldarriaga, incluso los nombres de los mismos buses son producto de anécdotas vividas por sus propietarios son ellos los que al fin de cuentas comparten con los municipios sus historias de vida”<sup>23</sup> la simbología y la semiótica siempre han jugado un papel muy importante allí, ya que han ido de la mano de estos vehículos y han conjugado su historia, a través de los significados de sus símbolos y sus imágenes, de la siguiente manera: El individuo o el receptor observa en las chivas imágenes de pueblos, paisajes, él de inmediato identifica que esa chiva pertenece a esa región en particular o que el conductor es de allí. De igual manera sucede con los símbolos religiosos, el receptor se hace la idea de que el conductor tiene creencias religiosas y es devoto, así mismo con las imágenes referentes a equipos de fútbol, el receptor en su mente hace la idea de que el conductor es aficionado de ese equipo en particular o le gusta el fútbol. La semiótica y la simbología se encargan de darle significado a esa gran variedad de símbolos o imágenes, para que el receptor los identifique y los asocie con algo en particular. Con el desarrollo y la lectura de esta investigación y el proceso del Marco Teórico y Análisis, los signos e imágenes de las chivas llevan aspectos tales como: Las imágenes religiosas plasmadas en las chivas, significan Fe, devoción, protección, creencias religiosas en particular, sabemos que la Virgen del Carmen es la patrona de los conductores y por esto, la plasman en la parte trasera de las chivas. Entonces, estamos de acuerdo en que las imágenes referentes a equipos de fútbol, dan a entender de los gustos futboleros del conductor y de cual equipo es hincha, así mismo tomamos las imágenes de paisajes, iglesias, pueblos; estos hacen referencia al lugar de nacimiento del conductor o dueño de la chiva, sus antepasados familiares, la región de la cual es la chiva, el pueblo de sus amores. Los colores plasmados en las chivas, salen del gusto personal del dueño, no existe un manual específico para pintar las chivas, sus colores van desde los gustos personales y

---

<sup>23</sup> Saldarriaga, Hernán. 20 agosto, 2015, La chiva, recorriendo los caminos de Colombia. Revista Volar, 2 páginas. Disponible en: <https://revistavolarcolombia.com/entretenimiento/cultura/la-chiva-recorriendo-los-caminos-de-colombia/>

entre más colorida esté, es más llamativa la chiva. Toda esta información, la entendió y digirió haciendo la labor de observación participante y no participante realizada en la empresa Chivas Rumba de la ciudad de Medellín, allí comprendimos todo lo que conjuga al tema de las chivas y supimos que sus conductores y el gerente de la empresa conocen sobre la historia de sus vehículos, de igual manera ellos recalcan que las chivas son muy antiguas y que empezaron a figurar en los campos, en los pueblos para transportar personas, mercancía, mercados y animales.

El diario de campo fue muy importante en este punto de la investigación, porque sirvió para plasmar esas observaciones de las chivas frente al tema histórico, sus colores, tener en cuenta que las chivas iniciaron en el campo y en los pueblos y servían para el transporte de mercancía, animales, personas, mercado, de igual forma los colores, las luces, el decorado de dichos vehículos es similar al que tienen las chivas que se encuentran en los pueblos, porque allí ven una idiosincrasia y un recorrido cultural impactante. De esta misma manera, los conductores no son ajenos a esta historia, ellos también saben y hablan sobre sus gustos personales para engallar las chivas, por ejemplo, Juan Pablo Orozco Gutiérrez, dice “que le gustan mucho las águilas, porque son rápidas, tienen muy buena vista y son el mejor animal que hay en la tierra. Dice que su chiva es como un águila y la Virgen que tiene al lado de la cabrilla se la pegó su mamá, igual con la camándula para que lo acompañara todos los días” estas anécdotas de los símbolos religiosos y del poder de lo Divino, en lo que se refiere a los buses escalera, esos son más significados de lo que conjuga la iconografía religiosa: Creencias propias y personales.

El proceso de investigación de este proyecto se inició en el primer semestre del 2019, en el mes de enero, para la elección del tema, primero se identificó qué las imágenes representadas en las chivas turísticas tuviesen una relación directa con la identidad de una cultura, unas costumbres antioqueñas, unos símbolos que

representaran la idiosincrasia paisa. Bien sabemos y de acuerdo a la información en el Marco Teórico, “un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. El símbolo es la forma de exteriorizar un pensamiento o idea, incluso abstracta, así como el signo o medio de expresión al que se atribuye un significado convencional y en cuya génesis se encuentra la semejanza, real o imaginada, con lo significado. Afirmaba Aristóteles que no se piensa sin imágenes, y simbólica es la ciencia, constituyendo ambas las más evidentes manifestaciones de la inteligencia”<sup>24</sup>

En las chivas turísticas sobran los símbolos, estos aspectos que dan una representación y emiten un mensaje claro de algo que quieren transmitir. De igual manera, se tuvo muy en cuenta a la gente que ha viajado en chiva y ha disfrutado de esta experiencia; haciendo observaciones, se pudo dar cuenta de que las personas se muestran muy a gusto con los colores que las chivas traen a cuesta, los decorados que estas relucen, sus figuras geométricas y la gente se siente totalmente identificada con estos vehículos totalmente criollos.

Para llevar a cabo la investigación, se hizo el traslado a la empresa Chivas Rumba, ubicada en la Carrera 70 en Medellín. Allí tuvimos la posibilidad de conversar con conductores de estos vehículos, ellos muy amables y cordiales contando sus pensamientos sobre las chivas, uno de ellos, John Mario Giraldo nos expresó que “él ve que, desde hace muchos años, a la gente le gusta ponerles lujos a las chivas, en particular no le gusta mucho, su chiva es simple, pero sus compañeros dicen que con tantos lujos se ven más bonitas y atraen más, pero a él le parece muy extravagante”. Obviamente, todas las personas pensamos diferente y tenemos percepciones, sobre todo, así como a John Mario Giraldo no le gusta decorar mucho sus chivas, hay compañeros suyos que, si las adornan lo más posible, para engalanarlas y resaltarlas en las calles.

---

<sup>24</sup> Nieto, Julio Alberto. Simbología, Maestros de la Cirugía Colombiana 2011. P:151, Rev. Colomb Cir. 2011;26:151-163. Disponible en: [www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf)

Las chivas son ricas en símbolos religiosos; estos traen significados muy caseros, por ejemplo, La Virgen del Carmen, el Divino Niño, Cristo Crucificado. Estos símbolos, para los conductores, son sinónimo de protección, de buena suerte, de Fe y creencias religiosas claro está. Así piensan los conductores de estos vehículos, pero ¿qué opina la gente del común que ha paseado en ellos? Según las categorías de análisis (Semiótica, simbología, historia del bus escalera en Antioquia e iconografía) estas nos hablan sobre los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre los individuos, de igual manera las chivas están plasmadas de elementos que aportan a la simbología, por ejemplo, los símbolos religiosos, los símbolos que invitan a tener cuidado dentro del vehículo y no fumar, todos estos son representación de su esencia en particular. Según la historia del bus escalera en Antioquia, las chivas son vehículos adaptados en forma artesanal para el transporte público rural, pero de igual manera y artesanalmente son fabricados para el desempeño urbano, ¿cómo? De una manera turística y eufórica. Desde el punto de vista de la Iconografía, esta da una descripción del asunto representado en las imágenes; en las chivas se visualiza haciendo énfasis en las señales de “No fumar”, una flecha indicando “la salida” y así, la iconografía se muestra para dar un conocimiento al individuo y enviarle un mensaje claro de un significado.

Teniendo en cuenta la información en particular, también hablamos con usuarios que han contratado los servicios de Chivas Rumba, hablamos con la señora Luz Idalba Ramírez Giraldo, ella nos expresó que, “de alguna u otra manera, todos esos símbolos, imágenes, dibujos que hay en las chivas, hacen parte del pensamiento que tiene el chofer sobre el mundo, dice que hay que mirar por ejemplo, que les plasman calcomanías de Nueva York o de otras ciudades del mundo, de pronto tienen deseos reprimidos de viajar, también colocan tractomulas, pues, los choferes ponen esas imágenes y todas son de cosas de ellos, como si fuera su cuarto” hay que tener en cuenta que, según Lotman, I.M “el símbolo se define como aquel signo cuyo significado representa cierto aspecto de

otro plano o de otra lengua. A esta definición se opone la tradición de interpretación del símbolo como expresión sígnica de una suprema y absoluta esencia no sígnica. En el primer caso, el significado simbólico adquiere un marcado de carácter racional y se interpreta como el medio de una traducción adecuada del plano de la expresión al plano del contenido. En el segundo caso, el contenido de manera irracional irradia a través de la expresión y cumple el papel como de puente del mundo racional al mundo místico”<sup>25</sup>. (Ver imagen N°1) los símbolos, signos plasmados en las chivas son representaciones de los deseos y gustos de quienes son sus dueños y quieren demostrar algo en particular, para que la gente los aprecie y los recuerde, desde las entrañas de una cultura y una sociedad. Estos dan cuenta de los resultados de la investigación, al descubrir que todo lo que conjuga a la simbología y la iconografía en las chivas, todo se resume en imágenes, colores, diseños, que son vistos por el individuo y apreciados por este, de inmediato en su mente se abre un significado del mensaje interpretado, llevando a entender sobre lo que se pretende comunicar con este, por ejemplo, en las chivas existe variedad de imágenes religiosas, el individuo al observarlas hace apología a que conductor es devoto de algún santo, tiene Fe en las imágenes religiosas o que tiene plasmada esta figura en su vehículo, para que lo proteja, como tradición de su tierra.

---

<sup>25</sup> Lotman, I.M. El Símbolo en el Sistema de la Cultura. FORMA Y FUNCIÓN 15 (2002), páginas 89-101. © Departamento de Lingüística, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, D.C. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/219/21901505.pdf>



Imagen N°1 (parte frontal o cabezote de una chiva representando a Andes, Antioquia) destaca sus colores vivos, el nombre del municipio al cual pertenece y figuran un tipo de flores pintadas bordando las farolas superiores.

Dada su recurrencia y su carácter popular en las regiones, se planteó esta investigación que diera cuenta del valor patrimonial que encierran los buses escalera en la vida rural y citadina. Es decir, se pretendió observar lo que alrededor de la chiva pudiese considerarse como expresión de una identidad cultural. En resumen, se buscó realizar un ejercicio descriptivo de la chiva como un objeto cultural patrimonial propio de Antioquia y particularmente en Medellín, que se usan para salidas, paseos, eventos de ciudad, fiestas navideñas, entre otros factores que encierran las chivas y hacen feliz a la gente que las aborda.

### **Comunicación**

Dando inicio a la construcción del Marco Teórico de este trabajo de grado, se efectuó un paneo general sobre las definiciones de comunicación que contribuyen a la búsqueda de los objetivos de esta investigación, retomando la historia, se quiere dar a entender, que los procesos o actos de comunicación en la vida y en la sociedad dominan los procesos correspondientes, de igual manera con la superación del ser humano, el trato de la Comunicación se torna más interesante

al ir desarrollando sus factores de análisis, como lo es el emisor, las fuentes, los procesos de codificación del mensaje y la retroalimentación pertinente. “Los procesos de comunicación comienzan a ser mirados como escenario de transformación de la sensibilidad, de la percepción social, de las sensibilidades sociales. Dejan de estar dominados por la obsesión de lo que pasa en los medios, para reubicar la mirada en torno a las transformaciones de la experiencia social, las transformaciones de la vida cotidiana, de los modos de sentir, de ver, de conocer, de congregarse”<sup>26</sup>

Hay que tener en cuenta que la Comunicación juega un papel muy importante en este trabajo, ya que en sus categorías se plasman unos aspectos que conllevan a comunicar: La semiótica, la simbología, la iconografía, todos cuentan con sus elementos que los componen, pero la Comunicación es fundamental para ellos, porque todos dicen algo en específico, especialmente esa gran variedad de símbolos e íconos que están plasmados en las chivas turísticas.

Todo parte de observaciones y saber interpretar lo que se está mirando en el momento, por ejemplo, en la observación no participante realizada a los conductores y a algunos usuarios que han utilizado los servicios de la empresa Chivas Rumba, se pudo dar cuenta de que todas estas personas se muestran muy satisfechas con los colores de las luces al interior de la chiva y se sienten como estuvieran en una discoteca, algo similar, esto les brinda alegría y un sin número de emociones que conllevan a relacionarse con la temática que la chiva exprese.

Como bien sabemos, se realizó un diario de campo para tomar nota de los sucesos observados y la información que serviría para enriquecer la investigación. Fue un hallazgo rico en aspectos referentes a la comunicación entre los conductores y los usuarios de las chivas, se llegó a las siguientes conclusiones:

---

<sup>26</sup> González, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3.

los conductores son personas muy cordiales, manejan con un lenguaje coloquial y al momento de hacerles las respectivas entrevistas, ellos se mostraron impresionados, porque nadie les había hecho una entrevista preguntándoles sobre los “gallos” en las chivas, ellos afirmaron que no los ponen, solo por ponerlos, si no por aspectos que tienen que ver identidad, con costumbres familiares, herencia de sus padres, sentimientos por la región en la cual nacieron, apegos y gustos personales.

Recordemos que “a pesar de que todas las chivas tienen el mismo proceso de construcción, los detalles hacen que cada una sea única y son los dueños de los buses quienes al final imprimen su ADN en los diseños y distintivos que se ven en la parte frontal interna de cada escalera, él es el que pone todo lo que le gusta para que su carro sea diferente, eso tiene mucho que ver con la emotividad del propietario. Esos detalles hablan de él como conductor, los mismos buses son producto de anécdotas vividas por sus propietarios y son ellos los que al fin de cuentas comparten con los municipios sus historias de vida”<sup>27</sup>

Hablando con los conductores, socializamos con Franklin Alberto Zapata y entendimos que la forma de comunicar, es la forma de los elementos que componen las chivas, él nos dijo que “cree mucho en la Virgen de Guadalupe, es muy milagrosa, es la que le ayuda para poder hacer su trabajo todos los días, su silla está con este acolchado, porque como es de cuero eso le da mucho calor y la idea es que sea cómoda para todo el tiempo que él está sentado allí”. Así como los símbolos religiosos expresan y significan algo en particular para los conductores, también están las imágenes representativas a equipos de fútbol, que dan a entender los gustos futboleros de cada conductor, igual están las imágenes alusivas a pueblos, que hacen alusión al lugar del cual pertenece la chiva o la región donde nació su dueño o conductor.

---

<sup>27</sup> Saldarriaga, Hernán. 20 agosto, 2015, La chiva, recorriendo los caminos de Colombia. Revista Volar, 2 páginas. Disponible en: <https://revistavolarcolombia.com/entretenimiento/cultura/la-chiva-recorriendo-los-caminos-de-colombia/>

Esto es del gusto de las personas que han utilizado las chivas y por ende las entrevistamos, hablamos con Juan Carlos Sáenz Arias y él nos expresó que “realmente le da lo mismo las imágenes o dibujos que ve allí, porque uno disfruta cuando se monta en las chivas, lo importante es que le presten un buen servicio”. (Ver imagen N°2)



Imagen N°2 (Chiva parqueada afuera de la empresa Chivas Rumba, se llama La Pequeña Lulú) resalta su color verde encendido en la carrocería que cubre el motor y sus laterales decorados con imágenes abstractas.

### **Semiótica**

Desde un punto semiótico, se tiene en cuenta que las chivas turísticas manejan una gran riqueza en el aspecto simbólico, el lenguaje visual y desde el aspecto de los signos. Las chivas nos permiten conocer y analizar la gran variedad de signos y el lenguaje que se encuentran allí, sus imágenes representativas (religión, paisajes, iglesias, nombres, dibujos abstractos) todos tienen un significado que conllevan al individuo a cuestionarse sobre que significan y el por qué están allí. “En el estudio de la semiótica es posible encontrar perspectivas más duras (fuertemente ancladas en modelos lógicos, semánticos) y otras más interpretativas y hermenéuticas que consideran al sentido no como dato cuantitativo, sino como una construcción (comunicativa y dialógica); no se trata pues de un objeto, sino de

un proceso.”<sup>28</sup> Semióticamente hablando, sobre el tema de las chivas, estas nos conllevan a la interpretación, no solo se trata de un acto de lectura; sino de una actitud de indagación de lo que se ve en ellas, en el fondo de toda significación, sus raíces, sus orígenes y los mecanismos que hacen de las chivas una fuente rica en símbolos y signos para la lectura del individuo cuando los parecía o los observa plasmados en sus carrocerías.

Las chivas turísticas al ser vehículos plasmados por símbolos y signos (símbolos religiosos, de protección y cuidado dentro del vehículo, señales de flechas que indican la salida, signos abstractos de estrellas, soles, lunas) estos conllevan a tener un pensamiento virtuoso, pero da un rastreo objetivo y cognitivo de la idea planteada en el enunciado. “El análisis semiótico se efectúa en el seno de un corpus idealizado que hace abstracción de la práctica de los emisores. El pensamiento remite a un pensamiento anterior que es el resultado de una costumbre contractual o de una convención socio-lingüística, la cual elimina precisamente toda posibilidad expresiva haciendo abstracción de los estados de conciencia individuales, los mismos que están en el origen de las lenguas y sus transformaciones”<sup>29</sup> así pues, los signos plasmados en las chivas (signos de la Cruz religiosa, signo de un baffle, signo de una flecha hacia la izquierda o la derecha, signos abstractos) llevan una idea de algún significado en específico al pensamiento de las personas, para fomentarse preguntas, inquietudes, ideas, reflexiones; mensajes que dan a entender algo en particular y nacen de las preguntas ¿por qué y para qué? se plasman dichos signos y símbolos en las chivas turísticas, pero gracias a las entrevistas, las observaciones y la investigación, hemos dado cuenta de estas respuestas y la razón de ser de dichos elementos. Por ejemplo, los signos religiosos dan a entender que el conductor es

---

<sup>28</sup> Karam, Tanius. Introducción a la Semiótica. Academia de Comunicación y Cultura, Universidad de la Ciudad de México. P:2. Disponible en: [www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf](http://www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf)

<sup>29</sup> Guinard, Patrice. Análisis crítico de la semiótica de Peirce y justificación ontológica del concepto de imprecional. Capítulos 16,17,18,19 y 23. Tesis de doctorado (1993) Disponible en: <http://cura.free.fr/esp/16peirce.html>

creyente de alguna religión, los signos que muestra un bafle, dan a entender que puede solicitar música o que en la chiva ponen música, los signos de flechas hacia la izquierda o derecha, dan a entender que la salida es hacia ese lado, los signos abstractos se toman como simples dibujos bonitos y decorativos.

Cabe aclarar que, gracias a los conceptos y a la observación no participante, se percibieron sensaciones en los usuarios; esto se logró haciendo acompañamiento en los tours, en las visitas a la empresa y notando el comportamiento de las personas al ingresar a la chiva, mirando el comportamiento de la gente al viajar en la chiva y observando que decían, como actuaban, como se comportaban, eso sí, se percibió mucha felicidad y algarabía por parte de los usuarios y el conductor. Al ver las chivas con todas las decoraciones internas, externas, sus iluminaciones, sus dibujos; para nombrarlos, estos son: La silla del conductor forrada en tela de peluche, zapatos pequeños colgados del espejo retrovisor, las bancas laterales con cojinería pintada de colores diferentes, las varillas que cubren algunas ventanas pintadas de colores diferentes, las imágenes haciendo honor a la Virgen Del Carmen, al Sagrado Rostro, las farolas con tonalidades diferentes al encender las luces, todo esto lleva a concluir que estos vehículos son arte y en la entrevista realizada al conductor Juan Pablo Orozco Gutiérrez, él nos comentó “que ha oído y visto que las chivas con sus decoraciones y sus símbolos agradan mucho a las personas que montan en ellas y estas se entretienen tomándose fotos con la chiva y la aprecian hasta el más mínimo detalle”.

De igual manera todos estos símbolos, imágenes, signos que enriquecen a las chivas y fueron mencionados en párrafos anteriores, son de gran importancia porque son el corazón de la investigación; la semiótica, la simbología, la iconografía, los individuos, los elementos, todos son un conjunto de aspectos que emiten un mensaje al individuo dándole un significado determinado de lo que representa ese símbolo, ese signo, esa imagen que está mirando, en la entrevista a María Isabel Londoño, ella nos compartió “que los choferes quieren que todo se vea muy lindo, quieren reflejar seguridad por todos los Santos que colocan, como

quien dice, VAMOS CON DIOS” símbolos religiosos que significan Fe y protección. (Ver imagen N°3)

Total, cabe recordar, que la chiva es un vehículo o un medio de transporte tan representativo de la cultura colombiana y antioqueña, y no se escapa de ser abordado y examinado por las áreas del conocimiento, pues al hacer parte de un repertorio cultural se vuelve un objeto con todo un contenido por analizar, estudiar y tenerlo en cuenta en la historia de nuestro territorio.

La apropiación que las sociedades hacen de dicho medio de transporte, las chivas, estas deben ser temas analizados desde diferentes miradas que aboguen por conocer, reconocer y reivindicar los sentidos que unas comunidades les otorgan como expresiones de su cultura. La consolidación de este conocimiento sobre el patrimonio local es importante, en la medida en que contribuye también al conocimiento de las manifestaciones culturales de las regiones.



Imagen N°3 (Chiva La Pequeña Lulú) en la parte trasera plasma a la Virgen del Carmen, como símbolo religioso y de protección.

### **La Simbología**

Concluimos que absolutamente todo en las chivas transmite un mensaje que va a la mente del receptor para que sea identificado; ya sea un símbolo religioso, una pintura de alguna región, una imagen de un equipo de fútbol, entre otros. Algunos

ejemplos de la simbología en las chivas son: los símbolos religiosos, estos indican Fe, protección, devoción por lo Divino. Símbolos futboleros de algún equipo en específico, esto le comunica al receptor que al conductor le gusta el fútbol y es aficionado de ese equipo en específico. Símbolos o imágenes alusivas a un pueblo determinado, esto le comunica al receptor que la chiva pertenece a esa región determinada o existe un cariño por ese pueblo en específico. Como menciona Nieto, Julio Alberto en su libro *Maestros de la Cirugía Colombiana*, “un símbolo es la representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Del latín *symbolum*, y este del griego *σύμβολον*, el símbolo es la forma de exteriorizar un pensamiento o idea, incluso abstracta, así como el signo o medio de expresión al que se atribuye un significado convencional y en cuya génesis se encuentra la semejanza, real o imaginada, con lo significado.”<sup>30</sup> Las chivas manejan una gran variedad de símbolos que dan a entender una idea y un significado, esto lo percibe el receptor y lo entiende, ya sea por una símbolo religioso, deportivo, de una región o un pueblo, el receptor observa el símbolo y de inmediato lo asocia con algo en particular o le da una idea de un significado que quiere transmitir el conductor, al plasmar allí ese símbolo o esa imagen.

Es por esto, que incluir un elemento tan importante como es la simbología, es entender que las chivas turísticas cada día toman más fuerza y tanto los extranjeros como las personas locales las han convertido en un símbolo cultural para disfrutarlas y de paso poder conocer los lugares más emblemáticos de la ciudad, también han convertido un símbolo la música que se escucha en las chivas, ya que es algo que ellos mismos llevan a conocer a su país de origen. El aspecto de la música es vital en las chivas, hace parte de los elementos más importantes de estas, porque la música irradia folclor, compacta con el decorado y la temática de las chivas. En estos vehículos, particularmente se escuchan los mismos géneros musicales: Tropical, Vallenato y Reggaetón, estos géneros hacen

---

<sup>30</sup> Nieto, Julio Alberto. *Simbología, Maestros de la Cirugía Colombiana* 2011. P:151, Rev. Colomb Cir. 2011;26:151-163. Disponible en: [www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf)

parte de la idiosincrasia y la gente que va a bordo de la chiva, lo siente así, porque se siente identificada con estos sonidos. El señor conductor Luis Javier Henao Aguirre, nos informó “que en muchas ocasiones los gustos musicales van de cuenta de cada conductor, estos son los amores de cada uno de ellos, a veces tienen grandes jornadas y lo único que los entretiene es la música y los hace sentir mejor consigo mismos. A demás nos expresó que sus amores son la familia, los hijos, el equipo de futbol, el santo al que se le es devoto, que, mejor dicho, la chiva es su oficina, como cuando las personas se sientan con su computador a trabajar en su escritorio y no les falta el lapicero que le gusta, su regla, el celular, la foto de su familia y así mismo son los conductores” es evidente y más en épocas del año que son más concurridos los servicios de chivas, por ejemplo, agosto por el tema de La Feria De Las Flores y diciembre por el tema de los alumbrados.

De igual manera, la gente en esas épocas se transforma y más en agosto, porque sacan su sentido de pertenencia por Antioquia, así nos lo dio a entender un usuario, llamado Juan Diego Pabón Buitrago, él indica que “los conductores decoran las chivas con todo lo que les pertenece, la familia, los hijos, la devoción, la pasión por un equipo de futbol, hasta ya uno sabe que emisora de música escuchan”.

Así mismo, las chivas se prestan para todo tipo de celebraciones: cumpleaños, festejos empresariales y demás. Sus decorados se hacen al gusto de quien contrata la chiva, pero en la mayoría de las veces, la decoración va con bombas, papeles, serpentinas y mucho ánimo. (Ver imagen N°4)



Imagen N°4 (Chiva decorada para un cumpleaños en su interior, en mayoría de las ocasiones es el mismo decorado y estilo para este tipo de celebraciones)

A pesar de que las investigaciones sobre los buses escalera son pocas, pues la mayoría de textos manejan superficial y aisladamente el tema de las chivas, se tuvo la oportunidad de conocer algunos antecedentes y fuentes de información que fueron muy valiosas, pues de alguna manera orientaron el camino de este proyecto investigativo.

Algunos de dichos referentes han abordado la chiva como uno de los eslabones en la historia de los medios de transporte en Colombia, otros la han visto como un medio de expresión del arte y la cultura popular, unos como una figura artesanal nacional y habrá que añadir aquellos que la han tratado como un atractivo turístico de la Feria de las Flores en Medellín.

Con respecto al tema de la Iconografía, el Marco Teórico da referencia de esta y nos propone que engloba todo lo referente a la descripción de cuadros, pinturas, monumentos, estatuas y retratos. El término está relacionado al conjunto de

imágenes (sobre todo, aquellas que son antiguas) y al informe o exposición descriptiva sobre éstas. “Como toda disciplina y método, se sustenta sobre una serie de presunciones o principios organizativos, cuya función es precisamente crear un espacio discursivo donde los propios planteamientos metodológicos, epistemológicos y ontológicos de la disciplina adquieran sentido y un cierto grado de coherencia”<sup>31</sup>

Las chivas turísticas gozan de una gran variedad de Iconografía, especialmente religiosa, se pudo dar cuenta de esto mediante la observación participante, no participante y los datos que se tomaron. La iconografía religiosa abunda en estos vehículos y fue confirmado en las entrevistas hechas a conductores y usuarios, la religión juega un papel muy importante allí, así nos lo expresó Luis Javier Henao Aguirre, conductor, él comentó “que es muy devoto a la Virgen del Carmen y la gran mayoría de la gente son católicos, les gustan los santos, a él nunca le han dicho que tener imágenes religiosas es feo, al contrario, le pregunta que donde mandó a hacer la Virgen del Carmen y el Cristo de Buga”. Damos cuenta de que el tema religioso en las chivas viene desde sus inicios y más en los pueblos, que son territorios, por decirlo así, más devotos y enfocados hacia la religión; desde allí empezaron a pintar imágenes religiosas en las chivas hasta el son de hoy.

Igual, a las personas que se transportan en ellas y las disfrutan no les molestan, antes las ven muy bonitas, así nos lo expresó en una entrevista Laura Estrada Galeano, ella dice “que le agradan todas las imágenes religiosas y los decorados que tienen las chivas, dice que se ven muy bonitas y atraen por sus colores tan vivos y que dan ganas de montarse en ellas a pasear” y en el momento de hacer el diario de campo, las observaciones y la categorización, nos dimos cuenta de que la gente se siente satisfecha con toda esta Iconografía religiosa, porque se siente identificada con sus antepasados y costumbres familiares.

---

<sup>31</sup> Sanz, Luis T. Iconografía, significado, ideología: Problemas y cuestiones en la interpretación actual del arte Maya. Universidad Complutense de Madrid. El Arte Como Lenguaje, P: 72-73. Disponible en: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-IconografiaSignificadoldeologia-2775189.pdf>

Conociendo esta información, concluimos que el bus escalera, es así como un producto cultural propio, ya que existen claramente en un sistema de objetos propios de la región. Por eso van más allá del uso que se les da o se les dio en el pasado, o sea de la función, y en un alarde creativo se convierten en una referencia simbólica. Fue así como nos posicionamos principalmente desde tres pilares conceptuales: el concepto de cultura, el de identidad y el de patrimonio; fueron estos instrumentos los que permitieron vislumbrar la pertinencia antropológica de describir los usos rurales de los buses escaleras.

Reiterando que nos referimos por usos a todas aquellas manifestaciones en que las personas regularmente encuentran útil la chiva, apropiándose de ella física y simbólicamente hablando: Esto quiere decir que los individuos llevan a su mente la variedad de símbolos e imágenes que observan en las chivas, ya sean pueblos, religión, fútbol, paisajes, la gente queda con estas ilustraciones en su mente y automáticamente les dan un significado o una idea de lo que representan, es algo mecánico, así como cuando vemos una señal de tránsito y de inmediato en nuestra mente se da un significado de lo que quiere indicar esta. Cuando hacemos referencia a la significación del bus escalera, empezamos a subrayar sus ámbitos de percepción y apropiación en los contextos rurales, de ese modo los diferenciamos de otras formas de concebir y darle significado a este vehículo, por ejemplo, en las zonas urbanas con las llamadas chivas turísticas. Innegablemente por significación se hace referencia al uso que les da la gente en la Feria de las Flores, en el mes de diciembre para recorrer los alumbrados, en excursiones por la ciudad y demás. (Ver imagen N°5)



Imagen N°5 (Una chiva rumbera cotidianamente, con sus puestos laterales, los bafles laterales superiores y en medio, tubos para sostenerse mientras los trayectos)

Hay que tener claro que aquellos significados culturales que se quieren describir de los buses escaleras poseen su propio trasegar histórico, pues al ser estos transmitidos y re-significados socialmente se deben concebir como construcciones culturales dinámicas y fluidas. De tal forma se piensa que la valoración actual de la chiva también ha sido el resultado de la suma de valores que la han antecedido de generación en generación y siempre manteniendo los parámetros y las costumbres que dichos vehículos llevan por tradición.

De igual forma, la chiva se comprende como un símbolo compartido que se significa públicamente desde su cotidianidad; consecuentemente se analiza que debe existir una apropiación cultural como un objeto físico, concreto, palpable y poco ambiguo; y en tanto objeto ideológico que representa, construye y moldea las percepciones de los modos de vida que la encuentran útil. Se estima entonces, que las uniones de estas apropiaciones llenan de significado y de sentido al vehículo, la chiva así, no solo transporta pasajeros y carga, también transporta todo un contenido cultural por desentramar. Así mismo, tenemos en cuenta a la Iconografía e Iconología de la Semiología o Semiótica en el Marco Teórico y según Sanz, Luis T. en su libro Iconografía, Significado, Ideología: Problemas y Cuestiones En La Interpretación Actual Del Arte Maya, indica que “Toda

producción e interpretación del sentido constituye una práctica significativa, un proceso de simbiosis que se vehiculiza mediante signos y se materializa en textos. Se suele apreciar una distinción entre semiótica propiamente dicha, que estudia el signo en general, y semiología, que estudia los signos en la vida social. Cabe separarlas también de la llamada teoría de la información y de la comunicología o ciencia que estudia los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas y la hermenéutica o disciplina que se encarga de la interpretación de los textos”<sup>32</sup> de tal manera se hace referencia a una disciplina que estudia el signo y la producción del sentido, pero no la constitución del significado por sí mismo, que aborda otra disciplina denominada semántica, y las no verbales (que estudian la simbología, la iconografía y la iconología) o sea que analiza los fenómenos, objetos y sistemas de la significación, de los lenguajes y de los discursos y los procesos a ellos asociados (producción e interpretación). La Iconografía e Iconología de la Semiología o Semiótica en las chivas turísticas, va de la mano con la variedad de fenómenos y objetos que hacen parte de una cultura y estos transmiten mensajes, no verbales, si no visuales, que quedan en la mente de las personas que van allí.

Llevando a cabo el proceso en la observación no participante realizada a conductores de Chivas Rumba y personas que han usado las chivas, se evidenció que todos, por lo general se muestran muy a gusto con los colores, decorados de estas y sus figuras geométricas, se sienten totalmente identificados con estos vehículos; los mensajes y los fenómenos que conjugan a la Iconografía e Iconología de la Semiología o Semiótica, son claros y han alcanzado su objetivo en las personas involucradas con este tema. Es claro en las entrevistas, en las observaciones, en el diario de campo.

El diario de campo, como gran instrumento de investigación, permitió para dejar claro lo observado frente a los “gallos” que se encuentran en las chivas, algunos

---

<sup>32</sup> Sanz, Luis T. Iconografía, significado, ideología: Problemas y cuestiones en la interpretación actual del arte Maya. Universidad Complutense de Madrid. El Arte Como Lenguaje, P: 72-73. Disponible en: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-IconografiaSignificadoldeologia-2775189.pdf>

ejemplos de estos son: Las cornetas cromadas en la parte superior, la variedad de farolas en diferentes formas, las sillas del conductor forrada en tela de peluche, la palanca de cambios forrada en tela o cuero, la cabina del conductor adornada con muñecos colgando de los espejos, los rines de las llantas con pernos cromados o de colores, los parachoques cromados y con barras de colores o con farolas en los extremos, sistemas de audio repartidos por toda la chiva y de gran potencia sonora. Así mismo, mientras las entrevistas, los conductores de igual manera me sorprendieron, porque me informaron que nadie les había hecho una entrevista preguntándoles sobre los “gallos” en las chivas, ellos afirmaron que los plasman por cariño, por identidad, por pasión y temas sentimentales. El señor José Alfredo Jiménez, conductor de una de las chivas, nos indicó “que le gusta ver bonita la chiva y agradable para los pasajeros, que le gusta ver su lugar de trabajo limpio, ordenado y con mucha pertenencia”. La música, el color, el folclor, los nombres de las chivas son iconos y símbolos emblemáticos para quienes disfrutan de ellas, ya que los hace entender la cultura de una región, ciudad o una sociedad determinada, para los visitantes es una prueba viva de lo que es Medellín y más destacando la cantidad de imágenes religiosas que decoran las chivas, por ejemplo, Laura Estrada Galeano, quien ha paseado en estas chivas, ella nos indica “que los santos son imágenes que referencian lo que creemos, las pinturas y que son aspectos propios de esta cultura. (Ver imagen N°6)



imagen N°6 (Chiva con la imagen de la Virgen del Carmen, Patrona de los conductores) hace énfasis a las imágenes religiosas y de Fe, que tienen ellos y plasman en sus vehículos.

Por lo tanto, concebimos la identidad como una actitud colectiva y reflexiva que los individuos y los grupos crean sobre sus formas compartidas de ver el mundo, por eso hablamos de identidad cultural, no de identidad personal y teniendo en cuenta a la historia de la iconografía en Colombia, hoy día vemos en las calles iconografías muy diferentes a las que veíamos veinte años atrás, más que todo en el transporte; los buses, los taxis, etc. En el tema de las chivas no ha variado mucho, desde tiempos inmemorables las chivas siempre han tenido una iconografía similar, desde que solo servían como medio de transporte en los pueblos, las veredas, las fincas, hasta hoy, que son usadas en la ciudad para turismo y diversión, ese es el encanto de la chiva, ser un objeto retro que se adapta a la actualidad y lleva a cuesta toda esa historia antioqueña que representa a las regiones.

“Este fundamento teórico de la semiótica social establece una clara diferencia con la Semiótica clásica, ya que ésta, en opinión de algunos críticos, no toma en

cuenta la historia y relega el estudio de los significados sociales a un plano secundario, mientras que aquella concibe el mensaje como un producto social que se crea, circula y se recibe en ámbitos institucionales y públicos y en tiempos históricos marcados por la región ideológica dominante específica de una época. De hecho, la semiótica social se centra en el estudio de la relación que media entre la ideología, y los agentes e instancias (emisor, mensaje, receptor, instituciones, espacio geográfico, época histórica) que participan en la comunicación de un evento cultural completo”<sup>33</sup> gracias a esta teoría, se pudo percibir, que los conductores y usuarios de las chivas, se muestran identificados con los decorados y sus figuras, los símbolos religiosos, las imágenes alusivas a paisajes, pueblos, ellos se identifican con estos, porque los hace sentir más antioqueños y hacen parte de sus costumbres familiares, así lo afirmó el conductor Luis Javier Henao Aguirre, él indicó “que son muy bonitas las luces, dice que no es lo mismo una chiva pelada a que tengan todas estas cositas que las ponen tan bonitas, lo hace sentir a uno como en la casa”. (Ver imágenes N°7 y N°8) de igual manera hablando con uno de los usuarios, Juan Diego Pabón Buitrago, él contó “que le gustan mucho los gallos en las chivas, porque son muy recargados, porque ese montón de colores se ven bonitos y son muy llamativos”.

---

<sup>33</sup> GONZÁLEZ, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3



Imagen N°7 (Chiva con su variedad de luces que llaman la atención y se destaca por dichos detalles en la parte superior y laterales)

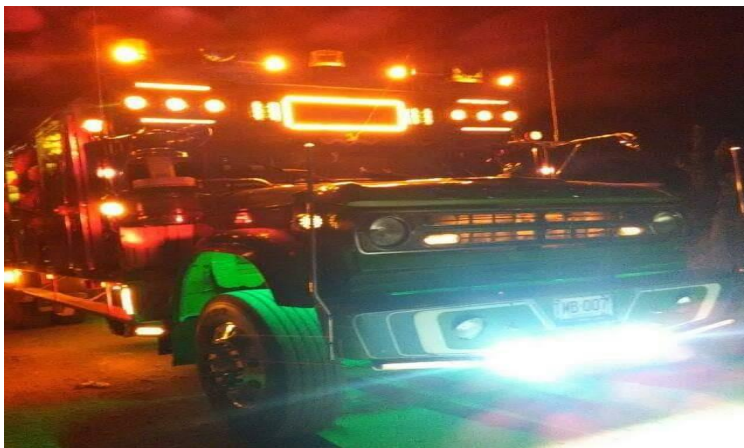


Imagen N°8 (Chiva con su variedad de luces que llaman la atención y se destaca por dichos detalles en la parte superior y laterales, especialmente en el Parachoques)

Se apuntó a una investigación que integrara lo cultural, las costumbres y lo que compone la descripción de las chivas, como un objeto patrimonial. Esta complementariedad implicó una interpretación integral del significado de este vehículo, ya que el objeto de estudio es la iconografía de las chivas y todas las manifestaciones sociales que involucraba como parte de un repertorio cultural.

Las personas del común también sienten esas sensaciones de todo lo que encierran las chivas: Sus imágenes de paisajes, de pueblos, religiosas, de equipos de fútbol. Particularmente, Juan Diego Pabón Buitrago, nos comentó “que los dibujos de paisajes y las imágenes de pueblos que se ven en las chivas le llaman mucho la atención, porque son únicos y creativos, es un arte muy bonito. Aparte cuando estás en una chiva, sentís ese folclor de pueblo y todo lo popular”. (Ver imágenes N°9 y N°10) lindos ejemplos de lo que las chivas llevan a cuestas, su historia, costumbres de los pueblos y del campo: Flores, frutas, personas, costales en su parte superior.



Imagen N°9 (Chivas mostrando el folclor y lo que representa la cultura antioqueña: Flores, frutas, personas, costales en su parte superior, como es habitual en los pueblos y en el campo)



Imagen N°10 (Chivas mostrando el folclor y lo que representan culturalmente: Flores, frutas, personas, costales en su parte superior, como es habitual en los pueblos y en el campo. Esta chiva quiere mostrar la iglesia de su pueblo y objetos que representen las tradiciones de dicho territorio)

Las chivas o buses escalera han cargado con toda nuestra identidad y con el pasar de los días, los elementos que tenía como carga pasaron a convertirse en elementos decorativos para este vehículo: Como el zapato del bebé colgado en el retrovisor, esto da a entender que el conductor tiene bebés o es algún recuerdo de su hijo cuando estaba pequeño. también se ven mucho las cabinas del conductor forradas en tela o cuero, esto se hace por gustos personales y si es en algún color en particular, tiene que ver con las preferencias de colores del conductor. Se notan mucho las estampas religiosas, como el Sagrado Corazón de Jesús o la Virgen del Carmen, esto hace alusión lo Divino y las creencias religiosas del conductor, la Fe y la devoción. En los espejos retrovisores en la cabina se ven los populares dados forrados en tela de peluche, estos simplemente son gustos del conductor y los plasma allí para decorar, igualmente el saco de café, las vasijas con granos, maíz, arroz, estos se ven mucho en las chivas de pueblos y de las regiones de donde son, hacen alusión a la vida en el campo, de todas maneras, cuantos más adornos y objetos quiera instalarle el conductor o el dueño, las chivas se ven más llamativas. Así, estos vehículos seguirán siendo el transporte más eficiente de carga pesada, por mucho que las decoren y las pinten con diversos colores, las chivas seguirán llevando y trayendo miles de pasajeros, mercancía, alimentos, animales y artículos a los pueblos.

De tal forma, sigue estando allí nuestra idiosincrasia e historia, que viajan junto con los alimentos y los artículos, ahora en la ciudad se perciben los escudos de los equipos de fútbol regionales: El Deportivo Independiente Medellín y el Club Atlético Nacional, la bandera de Colombia, gran variedad de imágenes sobre animales, los símbolos religiosos: como lo son la Virgen del Carmen, la Rosa Mística, la Virgen de Guadalupe, el Sagrado Corazón de Jesús, el Divino Niño, entre muchas otras. (Ver imágenes N°11 y N°12)



Imagen N°11 (Chivas haciendo énfasis en lo cultural, en lo simbólico, decorados, creencias, las costumbres del uso que se les da a las chivas en los pueblos y regiones de Antioquia).



Imagen N°12 (Chivas haciendo énfasis en lo cultural, en lo simbólico, decorados, creencias, las costumbres del uso que se les da a las chivas en los pueblos y regiones de Antioquia).

Teniendo en cuenta que las acciones o mensajes creados desde la Comunicación, van ligados a los mensajes que se emiten al interior y exterior de los buses escalera, dependen de los gustos o creencias que viven los dueños y comparten a la comunidad. La principal función de la Comunicación en este aspecto es llevar un mensaje de lo que sucede, por otro lado, pretende promover e incorporar en las personas esas raíces culturales, como el amor, el respeto, la responsabilidad y la

autonomía de una región. De igual manera, desde el Marco Teórico y desde la Semiótica como Categoría, damos cuenta de que vemos el significado de los símbolos y signos en una sociedad o cultura, es aquí donde ver las chivas turísticas en la ciudad de Medellín, es ver un símbolo, un signo o un icono convirtiéndose en cultura, tomando cada vez más fuerza, ya que es muy importante recalcar que son muy usadas en épocas de fechas importantes para la ciudad haciendo de esto un reconocimiento para la cultura paisa, los empresarios de parte de los turistas viéndolo como algo muy cultural y muy tradicional de la cultura paisa y haciendo énfasis en las fichas del trabajo de campo, se puede afirmar que la formalidad de la Comunicación es clara y concisa, existe un intercambio de mensajes, la Comunicación es formal a través de la Iconografía. Este tipo de Comunicación promueve a alcanzar los objetivos de la investigación y lo que representan las chivas turísticas y cumple con sus funciones de contar algo en específico. A demás de lo anterior, se observa también que en ocasiones es una comunicación bidireccional en la que interactúa, tanto el emisor al generar mensajes, como el receptor al codificar la información y retroalimentarla; se convierte en multidireccional en el momento en el que los diferentes estamentos de la institución emiten y reciben información de manera simultánea. (Ver imágenes N°13 y N°14)



Imagen N°13 (las chivas pretenden contar algo en específico y llevar un mensaje claro de que representan en el medio; tanto para sus dueños, como para los ciudadanos que las disfrutan)



Imagen N°14 (Sus colores variados, la forma en que combinan las tonalidades. Todo esto llevar un mensaje claro de que representan en el medio; tanto para sus dueños, como para los ciudadanos que las disfrutan)

Como es habitual, en la observación realizada en el trabajo de campo se identificaron diferentes procesos comunicativos o percepciones que dan conocer una información más a fondo sobre la empresa Chivas Rumba en Medellín y así contar con más oportunidades de darse a conocer en la ciudad, estos son: la página web, las redes sociales institucionales que son Facebook e Instagram, la oficina principal, los carteles en las chivas, los cuadros y pendones en la oficina principal.

Como es normal hoy día, gracias a la tecnología, las personas utilizan principalmente las redes sociales y la página web para conocer a Chivas Rumba y así, concretar acuerdos de negocio para llevar a cabo una contratación de sus servicios con respecto a los paseos en chiva. El propietario de Chivas Rumba, Juan Pablo Orozco Gutiérrez, nos indicó en la entrevista “que usa prácticamente todos los medios institucionales para mantener vigencia en el medio y comunicación constante con los posibles clientes. Dice que hay que mantener una

actualización constante en las redes, porque es el medio por el cual se trabaja hoy prácticamente”. Pero de igual manera, en las observaciones enfocadas en este punto de la investigación, se miraron las imágenes virtuales de las chivas, sus símbolos religiosos que la gente puede apreciar e identificarlos con las creencias Divinas del dueño de cada chiva, también se observaron los dibujos abstractos que tienen que ver con la creatividad del diseñador de chivas, también se apreciaron las imágenes alusivas a pueblos y paisajes, la gente al ver estas imágenes en internet, las asocian con los lugares de origen de la chiva o también con el lugar donde nació el conductor, por ejemplo, miro una chiva que en su parte trasera tenga el dibujo de la iglesia del municipio de Andes, inmediatamente me hago la idea de que esa chiva viene de allá o que le dueño nació allá, semióticamente todas estas imágenes mandan ese tipo de mensajes al receptor para identificarlos y en su mente hacerse una idea de lo que transmite el emisor. En las redes también se observaron los “gallos”, ¿estos cuáles son? Los rines cromados y los pernos, las cornetas cromadas y de boca ancha, sirenas en el techo que en la noche las prenden para resaltar juegos de luces, mofles cromados en la parte de atrás y anchos, sillín forrado en tela de peluche, cabrilla forrada en cuero y la caja de cambios, la cabina del conductor que parece un altar por tanto decorado (zapaticos pequeños colgados en el espejo retrovisor, el tablero de la cabina forrado en tela y con calcomanías, dados de peluche colgados en otros espejos, tapetes de colores en plástico)

Claro está que después de realizar entrevistas a personas que han utilizado los servicios de Chivas Rumba, se llegó a la conclusión que la Iconografía, las imágenes, el decorado, la música, los colores y todos los elementos hallados en las chivas, son del total agrado de los usuarios y se sienten identificados con ellos; las representaciones de la raza, la cultura y las costumbres encontradas en estos vehículos, tocan la fibra de quienes los abordan en sus recorridos. (Ver imagen N°15) la gente también muestra su agrado hacia las chivas a través de los medios tecnológicos, como en su mayoría se maneja hoy día.



Imagen N°15 (Chiva de la empresa Chivas Rumba, en la cual se observa su pendón dando a conocer la empresa, para que así, las gentes en las calles los identifiquen y observen el tipo de vehículos que tienen a disposición)

Pasando a las entrevistas realizadas a los conductores de las chivas, de la empresa Chivas Rumba, se identificó que todo lo que tiene que ver con iconografía, simbología, imágenes, pintura, nombre de la chiva y demás, todo esto viene de gustos particulares, sentimientos, experiencias de vida, recursos económicos y, sobre todo, una idiosincrasia particular de cada dueño o conductor de la chiva. Dimos cuenta, de que en si los conductores no son de manejar mucho las redes sociales, ellos por lo general solo cuentan con Whatsapp, porque son personas ya mayores y tienen su teléfono celular para recibir, hacer llamadas y esperar contratos para los servicios de las chivas, no están pendientes de Facebook, ni Instagram, ni alguna otra red social. De igual manera al hacer las visitas a la empresa para llevar a cabo la observación participante, no participante, las entrevistas, poner en práctica el diario de campo tomando apuntes y participar del todo en la investigación, se comprendió que las redes sociales que utiliza la empresa, son de mucha importancia, porque gracias a ellas contratan paseos y

salidas, además, allí hay un gran depósito de información, fotos, imágenes que muestran desde un punto de vista semiótico, los símbolos religiosos, las imágenes de paisajes, los colores plasmados en las chivas, los “gallos” en sus rines cromados, las cabeceras con sus cornetas cromadas y los nombres particulares que le ponen a estos vehículos, los parachoques cromados o de colores relucientes y en sus costados están los dibujos abstractos y llamativos. todo esto hace que la empresa sea reconocida, allí figuran las fotos de las chivas. (Ver imagen N°16)



Imagen N°16 (En la página web de la empresa, se pueden observar los nombres de las chivas con sus respectivas capacidades, estas son: La Pequeña Lulú, La Rumbera, La Reina De Occidente y La Colegiala)

En las redes sociales, la gente puede conocer las chivas, la capacidad de cada una para grupos de personas, imágenes de fiestas que se han hecho en ellas, teléfonos para contacto y ubicación de la oficina. (Ver imagen N°17)

Las categorías de análisis, las cuales son semiótica, simbología, la historia del bus escalera en Antioquia y la iconografía, se relacionan con la empresa Chivas Rumba y entre sí, porque ya lo hemos mencionado en párrafos anteriores, estos

vehículos manejan una variedad de símbolos, los cuales son de carácter religioso que hacen alusión a la Fe, la devoción y la protección, las imágenes alusivas a pueblos y paisajes, que representan los lugares de donde provienen las chivas o el lugar donde nació el dueño y tiene un afecto por esta región. También se observa, las imágenes referentes a equipos de fútbol, que identifican los gustos futboleros del dueño de la chiva o el conductor, así mismo los símbolos patrios: La bandera y el escudo de Colombia, esto hace alusión al cariño que tiene el conductor por el país o quiere representar a Colombia como su región. Las categorías de análisis tienen algo en común y es que nos hablan sobre el símbolo, los signos, los iconos, las imágenes, las percepciones que tiene el receptor de acuerdo a esas ilustraciones visuales que observa y en este caso, el receptor es la gente que mira las chivas y en su mente nace una idea o un significado del mensaje que lanza la chiva como emisor: Símbolos religiosos, imágenes futboleras, imágenes de iglesias y pueblos, iconos como calcomanías de flechas que indican por donde es la salida de la chiva, iconos que indican “prohibido fumar”, signos que muestran un “megáfono” haciendo alusión a la música, todo este tipo de percepciones que en las chivas se tienen, entran por la vista del receptor y en su cerebro se hace la idea y el significado de los mismos, como se ha mencionado en variedad de veces. Así como se menciona en los objetivos de la investigación, estos se refieren a Identificar los íconos e imágenes de las chivas turísticas, como emblemas culturales, también reconocer semióticamente las diferentes expresiones visuales en las chivas turísticas y analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín, se concluyó lo siguiente:

Identificar los íconos e imágenes de las chivas turísticas, como emblemas culturales: Los iconos e imágenes en las chivas, son muy particulares, porque son únicos y en los buses urbanos no se ven. Unos iconos y dibujos son abstractos (ver imagen N°17) otros, se refieren al tema religioso, al tema regional y futbolero. Los iconos o dibujos abstractos se observan en todas las chivas, especialmente

en sus partes laterales que son decoradas con este tipo de imágenes, específicamente para que se vean bonitas y coloridas, esta información se conoció en las observaciones y en las entrevistas hechas a los conductores, ellos fueron quienes comentaron la razón del por qué se hacen estos dibujos. Esto simplemente parte del gusto del diseñador y quien a mano los hace.



Imagen N°17 iconos abstractos, coloridos que hacen ver bonita a la chiva

Recordemos que según Francisco José Salguero Lamillan en su libro Teoría General de los Signos y del Significado, indica que “un icono es aquel signo que se refiere a un objeto en virtud de sus caracteres propios, de modo que se establece una relación de semejanza al poseer el signo algunos de dichos caracteres (v. gr.: fotografías, planos, diagramas)”<sup>34</sup> los iconos en las chivas son del carácter como se ve en la imagen N°17, son pinturas que son diseñadas a mano y parten del gusto del diseñador, con el fin de que la chiva se vea colorida y resalten las figuras que se observan en el ejemplo.

---

<sup>34</sup> Francisco José Salguero Lamillar. 2001. “Teoría General de los Signos y del Significado”. En Nepomuceno, Quesada & Salguero (eds.) 2001. Información: Tratamiento y Representación. Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla. Capítulo 3: 41–58.

Las imágenes que hacen referencia al tema religioso, hacen énfasis en la Devoción y las creencias Divinas que tiene el conductor o el dueño de la chiva, así se observó y se dio cuenta en las entrevistas a los conductores, ellos compartieron esta información y son las razones por las cuales plasman en la parte trasera de las chivas este tipo de imágenes. (Ver imagen N°18)



Imagen N°18 representación del Cristo Caído durante su Viacrucis

Las imágenes que ilustran regiones y pueblos; en las observaciones y en las entrevistas a los conductores, se dio cuenta de que se plasman allí, porque la chiva o el conductor o el dueño de la chiva vienen de dicha región y quieren plasmar en su vehículo ese recuerdo de su tierra natal, esto tiene que ver con sentimientos que tienen ellos por sus raíces. (Ver imagen N°19)



Imagen N°19 En su parte trasera plasma la imagen de una iglesia de alguna región.

Reconocer semióticamente las diferentes expresiones visuales en las chivas turísticas: Las chivas nos permiten conocer y analizar la gran variedad de signos y el lenguaje que se encuentra allí, (religión, paisajes, nombres, dibujos abstractos) todos tienen un significado que conllevan al individuo a cuestionarse sobre que significan y el por qué están allí. “La semiótica se ha perfilado lo mismo como una teoría general de los signos que como el estudio de la significación y el sentido en ciertos contextos y fenómenos de comunicación. Ahí donde hay producción e interpretación de sistemas de signos la semiótica tiene algo que decir. La semiótica es el saber contemporáneo (aun cuando como veremos sus orígenes vienen de muy lejos) que específicamente pretende ocuparse del sentido; en otra acepción también se ve la semiótica como una teoría del signo (Cf. Ducrot y Schaeffer, 1998). Para Greimas y Courtés (1982) la semiótica es aquello que permite las operaciones de paráfrasis (explicar o interpretar amplificativamente un texto) o de tras codificación (traducir de un código a otro), aquello que fundamenta la actividad humana en tanto que es intencional”<sup>35</sup>.

La semiótica nos permite llevar a cabo la interpretación de los signos y símbolos hallados en las chivas y se hizo a través del diario de campo, las observaciones y las entrevistas, porque todo tiene que ver con comunicación; ¿los signos y los símbolos en las chivas comunican? Claro que sí, estos a simple vista son imágenes como cualquiera que se observan por ahí en carteles y vallas publicitarias, pero estas imágenes tienen aspectos en particular que significan: “Creo en Dios, creo en la Virgen del Carmen, esta chiva viene de Andes, de Jardín, de Guatapé, me gustan los paisajes, esta es la iglesia de mi pueblo, soy hincha del Atlético Nacional, del Independiente Medellín, me gusta el metro de Medellín, esta es la bandera de Colombia” esto es lo que quiere comunicar el dueño de la chiva al tener esos símbolos y signos plasmados en su chiva, de esto se trata la semiótica en las chivas, de descubrir la interpretación de los signos y símbolos plasmados en ellas, así como se ha hecho a lo largo de esta

---

<sup>35</sup> Karam, Tanius. Introducción a la Semiótica. Academia de Comunicación y Cultura, Universidad de la Ciudad de México. P:2. Disponible en: [www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf](http://www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf)

investigación. Estos símbolos y signos (Santos, pueblos, paisajes, banderas, equipos de fútbol, iglesias) conllevan a que el receptor reciba un comunicado por parte del emisor, ¿Cuál es el receptor? El individuo. ¿Cuál es el emisor? La chiva, que es el objeto que está cargado de signos y símbolos y los individuos los interpretan dándoles los significados que ya se han mencionado anteriormente y el ejemplo está en las imágenes y explicaciones plasmadas a lo largo de este Análisis y en el punto 7.3 (Fotografías y ejemplos de las chivas).

La semiótica en el tema de las chivas, es un conjunto de signos y a nosotros como receptores nos permite crear sentidos y significados, mientras nos comunicamos entre sí a través de nuestro lenguaje, y los signos son elementos, objetos que tienen las chivas y que están allí, pero representan un algo, nosotros como receptores lo identificamos y le damos un significado.

Analizar la iconografía de las chivas turísticas, de la empresa Chivas Rumba en la ciudad de Medellín: La iconografía en las chivas, se refiere a la interpretación de esas imágenes (Santos, paisajes, iglesias, pueblos) que se observan en las chivas. Por medio de la iconografía podemos hacer una descripción de los elementos encontrados en las chivas, ya que estos se componen de imágenes y símbolos, la iconografía nos permite hacer una descripción de estos y saber el por qué están plasmados allí. Teniendo en cuenta lo anterior, entonces procedemos a describir los elementos encontrados en las chivas:

Imágenes o símbolos religiosos: Las imágenes y los símbolos religiosos son muy comunes en las chivas, dicho por sus conductores en las entrevistas y de igual manera me percaté de esto al momento de hacer las visitas y mirar el panorama claramente. Las imágenes y los símbolos religiosos se plasman en la parte trasera de la chiva, estas son del gusto religioso del dueño o del conductor de la chiva y significan Devoción, Fe y protección. El Divino Niño, la Virgen del Carmen, el Cristo Caído, son las imágenes más comunes que se plasman en las chivas. (Ver imágenes N°20 y 21)



Imagen N°20 Se observa a la Virgen del Carmen, Patrona de los conductores.



Imagen N°21 Se observa la imagen de María Auxiliadora

Imágenes de paisajes, de iglesias o de pueblos: Este tipo de imágenes hacen relevancia al lugar de donde es la chiva, donde nació el conductor o el dueño y lugares que tienen que ver con sentimientos y se plasman allí, más que todo por cariño hacia una región. Así se identificó haciendo la observación para el diario de campo y entrevistando a los conductores, fueron ellos quienes informaron estas

razones de plasmar paisajes, iglesias o pueblos en la parte trasera de la chiva.  
(Ver imágenes N°22 y 23)



Imagen N°22 Paisaje pintado en la parte trasera de la chiva



Imagen N°23 Iglesia pintada en la parte trasera de la chiva

Imágenes abstractas: Realizando las observaciones para el diario de campo y las respectivas entrevistas a los conductores, se llegó a la conclusión que este tipo de imágenes abstractas las pintan a mano los diseñadores, no tienen significados en particular, solo las pintan para hacer ver bonita la chiva y darle colores, entre este tipo de imágenes se observan círculos, rombos, líneas, cuadrados, triángulos,

unión de líneas, degradados, pareciera que formaran estrellas, soles (Ver imagen N°24 y 25)



Imagen N°24 Se observan figuras geométricas y abstractas



Imagen N°25 Se observa una variedad de colores y figuras abstractas

Tomarles fotos a las chivas en plena Feria de las Flores, en Medellín; es lo más gratificante que hay, pues lo hice para recolectar material fotográfico que ayudara a mi investigación. Pues, están llenas de “carajadas” que interrumpen la mirada a la riqueza gráfica de estos buses. Sé que se “visten” de fiesta en ese evento de ciudad, ¡pero es que ya están vestidas de fiesta!, no necesitan serpentinas, papeles, colgandajos, flores de papel... las chivas YA SON UN ESPECTÁCULO así solas, con su vestido de colores.

## 5. CONCLUSIONES

De acuerdo con en el trabajo de campo y el marco teórico que se realizó para esta investigación, se pudo determinar que la percepción de las personas es variable y depende del desarrollo familiar, de ciudad, de referentes históricos y culturales, que van de generación en generación y unos se transforman de acuerdo a modelos, tales presupuestos, colores, influenciados en gustos deportivos, el santo de su devoción, costumbres familiares, entre otros.

Se identificó que las chivas se convirtieron en un lienzo para muchos de los pintores, entonces estas carrocerías se llenaron de colores, con diferentes formas geométricas representando en sí, lo que es, cada uno de los dueños y conductores de estos vehículos.

Las chivas muestran los paisajes más representativos, de acuerdo a los gustos de sus dueños y conductores, con adornos colgantes en la cabina, el zapato de sus hijos recién nacidos, para recordar que hacen esta labor por ellos y para ellos.

Poco a poco, las chivas, han pasado de ser un transporte público artesanal, a ser patrimonio cultural de regiones antioqueñas, se ha ganado este reconocimiento, porque de alguna u otra manera ha transportado la identidad cultural y antioqueña, sus artículos, los costales llenos de granos, racimos de banano, los abarrotos para los graneros, los animales de granja, la cosecha para venderla en el pueblo, los cuadros con imágenes religiosas, entre muchos más elementos que optaron por convertirse en elementos decorativos propios de las chivas.

Con el paso el tiempo, fueron llegando más chivas a la ciudad, para hacer turismo y algarabía entre sus pasajeros; unas muy modernas y completas, otras muy conservadoras aún, pero siempre conservando las tradiciones campesinas y culturales.

Hoy día aún se conservan y la gran mayoría de estos vehículos se expandieron del área rural, al área urbana, con algunas modificaciones originales, continúan las figuras geométricas hechas por un compás y a mano, los elementos gráficos

impresos, como en calcomanías de personajes, animales, paisajes, ciudades, pueblos, imágenes religiosas, como la Virgen del Carmen, el Corazón de Jesús, la Madre Laura, el Padre Marianito, dados que cuelgan, el perro que mueve la cabeza, el peluche en la caja de cambios, el escudo de la República de Colombia, el equipo de fútbol favorito, el metro de Medellín y demás.

Durante los procesos de entrevistas estructuradas, tanto a los conductores como a los usuarios, el análisis que se podría realizar respecto a los iconos y símbolos que se instalan, es que principalmente estos están pensados para satisfacer al pasajero, para agregarle una identidad a la chiva, que finalmente parte de los gustos del conductor y dueño del vehículo, las imágenes que se plasman caracterizan las creencias, los amores, la cultura y las interpretaciones de lo que es belleza, para la persona que los agrega a la chiva, como elemento decorativo y que inspira muchas cosas.

También en dichas entrevistas, cabe mencionar, que cada elemento que ellos agregan, también cuenta una historia, comunica una identidad, los conductores en su mayoría afirman, que estéticamente son muy bonitos, los gallos que ellos instalan, afirman que es para darle un poco del amor, que sienten por su herramienta de trabajo.

Igual a los conductores, la mayoría de usuarios piensan, que esto es tradición y alegría para la vista, se ve bonito y en el trabajo de campo, en la observación participante, se da que los usuarios están a gusto con los colores, las formas, los “gallos”, que tienen las chivas turísticas, ellos consideran que hace parte de la cultura antioqueña y son una herramienta para llevar el sustento a sus hogares, más en época de diciembre y Feria de Flores. Con esta observación se puede dar por entendido, que tanto los usuarios de las chivas, como los conductores o dueños de estas, viven a gusto con estas obras de arte andantes, representan las tradiciones, las costumbres y localmente, lo que es Antioquia.

## 6. RECOMENDACIONES

El tema de las chivas turísticas o los buses escalera, es un tema que irradia cultura, costumbres, idiosincrasia, entre otros factores que conjugan a una región. Todo lo que se aprende de las chivas y transmiten las chivas, socialmente es patrimonio; las imágenes, los dibujos, el decorado, los colores, sus nombres en la cabecera, la pintura plasmada en la parte de atrás, entre otros. Todo esto es cultura y lleva infinidad de significados y sentimientos para sus dueños o conductores de estos vehículos, ya sea por costumbre familiar o gusto personal, todo tiene un significado y no está puesto a la deriva. De tal manera el patrimonio de las chivas está compuesto por los elementos que en estas se pueden apreciar y las expresiones más relevantes y significativas culturalmente.

Este es un tema que permite llevar a cabo una investigación muy amplia y plena en un ámbito cultural de ciudad y de sociedad. En el trabajo de campo, se observaron muchos factores que enriquecieron la investigación, los comportamientos de las personas frente a estos vehículos, los conductores y dueños de las chivas, sus ideas, sus pensamientos y la forma en que se preocupan por hacer de su chiva un espacio “sagrado”, donde plasman su amor, sus sentimientos, sus recuerdos, sus gustos, sus raíces natales, entre otros aspectos que hacen de sus chivas un monumento artesanal.

Las chivas antioqueñas son reconocidas por ser unas de las más bellas en Colombia, destacándose sobre otras chivas por su tipo de decoración y engalles. Lo primero se refiere al trabajo que realiza el decorador de chivas con la brocha, el pincel, y el compás en los laterales de madera, en la parte trasera o cola y en el frente del vehículo. Mientras tanto, el engalle es el trabajo que realiza el dueño o conductor de la chiva, el cual consiste en engalanar el vehículo con figuras de santos, plegarias, muñecos, calcomanías, espejos, farolas, pitos, entre otros aditamentos. Estos son los detalles que hacen de las chivas un objeto único e irrepetible, cada una tiene su “sabor” y su identidad, gracias al cariño que el dueño o el conductor depositan en ellas, para hacer felices a las personas cuando las

abordan. Todo esto se observó en el trabajo de campo, en el análisis, en las entrevistas a conductores y personas del común que las han abordado para sus recorridos por la ciudad.

Es importante continuar con este tipo de investigaciones, porque hay mucho material que abarcar sobre estos vehículos que inspiran a las regiones y enriquecen la cultura. En esta investigación, se trató la iconografía de las chivas, se hizo un análisis semiótico que abarcara las imágenes, los colores, los nombres de las chivas, los íconos, los símbolos y ese tipo de factores que las conjugan, pero más adelante se podrían hacer investigaciones más profundas sobre su historia, el por qué de sus colores, los dibujos y demás.

De ahí pues, que las chivas son obras de arte andantes que llevan a cuesta ideologías, sentimientos, costumbres y son un patrimonio que marcó el pasado de nuestra Antioquia, de nuestros ancestros, de nuestra región y lo seguirán haciendo por los siglos de los siglos, porque las chivas son Arte y Cultura Sobre Ruedas.

**7. ANEXOS**

**7.1 INSTRUMENTOS**

**7.1.1 Observación participante**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUÍS AMIGÓ FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
SOCIAL Y PUBLICIDAD  
MEDELLÍN 2019**

**TRABAJO DE CAMPO OBSERVACIÓN  
PARTICIPANTE**

**LUGAR:** \_\_\_\_\_

**OBSERVACIÓN**

**HORA DE INICIO:** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**HORA DE FIN:** \_\_\_\_\_

**DESCRIPCIÓN DE GRUPO OBSERVADO**

**JÓVENES \_\_ ADULTOS\_\_**

**ADULTOS MAYORES\_\_**

**ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA:** \_\_\_\_\_

**DESCRIPCION DE LA OBSERVACION:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**TIPO DE LENGUAJE**

**ELABORADO POR:**

**PALABRAS CLAVES:**

**COLOQUIAL:** \_\_

**Fernan Arias R.**

\_\_\_\_\_

**TÉCNICO:** \_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**FICHA NÚMERO 1**

\_\_\_\_\_

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUÍS AMIGÓ FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
SOCIAL Y PUBLICIDAD  
MEDELLÍN 2019

TRABAJO DE CAMPO OBSERVACIÓN  
PARTICIPANTE

LUGAR: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

OBSERVACIÓN

HORA DE INICIO: \_\_\_\_\_

HORA DE FIN: \_\_\_\_\_

DESCRIPCIÓN DE GRUPO OBSERVADO

JÓVENES \_\_ ADULTOS\_\_

ADULTOS MAYORES\_\_

ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA: \_\_\_\_\_

DESCRIPCION DE LA OBSERVACION: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

TIPO DE LENGUAJE

ELABORADO POR:

PALABRAS CLAVES:

COLOQUIAL: \_\_

Fernan Arias R.

TÉCNICO: \_\_

FICHA NÚMERO 2

### 7.1.2 Diario de campo

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUÍS AMIGÓ FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
SOCIAL Y PUBLICIDAD  
MEDELLÍN 2019

#### DIARIO DE CAMPO OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

LUGAR: OBSERVACIÓN  
FECHA: HORA DE INICIO:  
HORA DE FIN:

#### DESCRIPCIÓN DE GRUPO OBSERVADO

JOVENES\_\_ ADULTOS\_\_ ADULTOS MAYORES\_\_

#### ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA:

DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACION:

DESCRIPCIÓN DE LA PERCEPCIÓN DEL INVESTIGADOR:

TIPO DE LENGUAJE ELABORADO POR: PALABRAS CLAVE:

COLOQUIAL: Fernán Arias Ramírez \_\_\_\_\_

TÉCNICO: \_\_\_\_\_

FICHA NÚMERO 1

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUÍS AMIGÓ FACULTAD DE COMUNICACIÓN  
SOCIAL Y PUBLICIDAD  
MEDELLÍN 2019

DIARIO DE CAMPO OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

LUGAR: OBSERVACIÓN  
FECHA: HORA DE INICIO:  
HORA DE FIN:

DESCRIPCIÓN DE GRUPO OBSERVADO

JOVENES\_\_ ADULTOS\_\_ ADULTOS MAYORES\_\_

ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA:

DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACION:

TIPO DE LENGUAJE ELABORADO POR: PALABRAS CLAVE:  
COLOQUIAL Fernan Arias Ramirez

TÉCNICO:

FICHA NÚMERO 2

### **7.1.3 Entrevista a conductores de las chivas turísticas de la empresa chivas rumba en la ciudad de Medellín.**

- 1 ¿Qué son los “gallos” en las chivas?
- 2 ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo la profesión de conductor?
- 3 ¿Cuál cree usted que es el origen de adicionarle decorados a las chivas?
- 4 ¿Qué cree que piensan sus pasajeros sobre estos adornos?
- 5 ¿Qué significa para usted cada uno de los elementos que instala?
- 6 ¿Quién subsidia los recursos para engallar la chiva?
- 7 ¿Por qué le coloca nombre a la chiva?
- 8 ¿Cuáles son los colores que más le gusta para la chiva?

#### **7.1.3.1 Entrevistas a usuarios que han utilizado las chivas turísticas de la empresa chivas rumba en la ciudad de Medellín.**

- 1 ¿Qué piensa usted que representan las decoraciones en las chivas?
- 2 ¿Cuál cree usted es el origen de “engallar” las chivas?
- 3 ¿Usted cree que se ve bien?
- 4 ¿Cómo lo prefiere?
- 5 ¿Qué representa estos “gallos” para usted?

## **7.2 CONSENTIMIENTOS INFORMADOS**

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Juan Diego Pabón B.      Juan Diego Tabón B.  
Nombre del Participante      Firma del Participante

Juan Amigo      26-07-2019  
Firma del Investigador Principal      Fecha  
C.c.8.100.979

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Maria Isabel Londoño

Nombre del Participante

Maria Isabel Londoño

Firma del Participante

Juan Luis...

Firma del Investigador Principal

C.c.8.100.979

26-07-2019

Fecha

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Juan Carlos Saenz A.

Nombre del Participante

J. Carlos S. A.

Firma del Participante

Juan Carlos Saenz A.

Firma del Investigador Principal

C.c.8.100.979

26-07-2019

Fecha

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

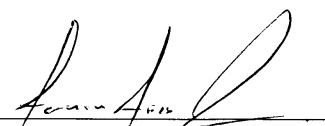
No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Laura Estrada Galeano

Nombre del Participante

Laura Estrada Galeano.

Firma del Participante



Firma del Investigador Principal

C.c.8.100.979

02-05-2019

Fecha

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Luz Idalba Ramirez G.      Luz Ramirez G.  
Nombre del Participante      Firma del Participante

[Firma]      02-05-2019  
Firma del Investigador Principal      Fecha  
C.c.8.100.979

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Juan Pablo Orozco G.

Nombre del Participante

Juan Pablo Orozco G.

Firma del Participante

Juan Pablo Orozco G.

Firma del Investigador Principal

C.c.8.100.979

17-07-2019

Fecha

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

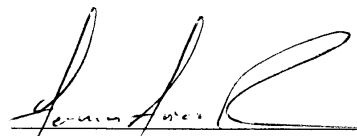
No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Jose Alfredo Juárez

Nombre del Participante

Jose Alfredo J.

Firma del Participante



Firma del Investigador Principal

C.c.8.100.979

17-07-2019

Fecha

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

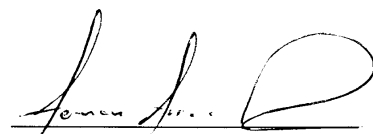
Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Franklin Alberto Zapata Franklin A. Zapata  
Nombre del Participante Firma del Participante



Firma del Investigador Principal  
C.c.8.100.979

15-08-2019

Fecha

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

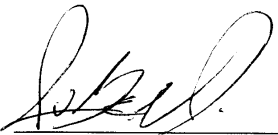
Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

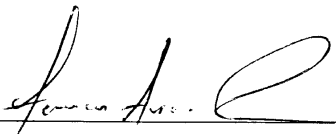
Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Rubén Darío Agudelo   
Nombre del Participante Firma del Participante

  
Firma del Investigador Principal Fecha  
C.c.8.100.979 15-03-2019

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Jhon Mario Givaldo

Nombre del Participante

Jhon Mario Givaldo

Firma del Participante

Jhon Mario Givaldo

Firma del Investigador Principal

C.c.8.100.979

15-03-2019

Fecha

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Luis Javier Henao A.      Luis J. Henao  
Nombre del Participante                      Firma del Participante

[Firma]                      17-07-2019  
Firma del Investigador Principal                      Fecha  
C.c.8.100.979

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta es una investigación de la Universidad Católica Luis Amigó, junto con el estudiante Fernan Arias Ramirez perteneciente a la Facultad de Comunicación Social, Publicidad y Diseño, con el objetivo de cumplir los parámetros en desarrollo del Proyecto de Grado.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo de la ciencia y el conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas educativas y comunicativas que tejen el surgimiento y el desarrollo formativo.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia. A las entrevistas se les asignará un código de tal forma que el personal técnico, diferente a los docentes investigadores, no conocerá su identidad. Sólo algunos investigadores (estrictamente los profesores responsables del estudio) tendrán acceso al código y a su identidad verdadera para poder localizarle en caso de que las entrevistas, evaluaciones detecten alguna alteración.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la Investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Hernán Darío Jiménez      H. Darío J.  
Nombre del Participante      Firma del Participante

[Firma]      17-07-2019  
Firma del Investigador Principal      Fecha  
C.c.8.100.979

### 7.3 FOTOGRAFÍAS Y EJEMPLOS DE LAS CHIVAS







































NOSOTROS

NUESTRAS CHIVAS

TOURS

GALERIA

BLOG

CONTACTO

APARTAMENTOS AMOBLADOS

## NUESTRAS CHIVAS MEDELLÍN

### CHIVAS RUMBA: NUESTRAS CHIVAS RUMBERAS

Chivas rumba te ofrece la forma más económica y novedosa de celebrar tan importantes fechas.



LA PEQUEÑA LULÚ

CAPACIDAD CHIVA: 16 PERSONAS



LA RUMBERA

CAPACIDAD CHIVA: 28 PERSONAS



LA REINA DE OCCIDENTE

CAPACIDAD CHIVA: 50 PERSONAS



LA COLEGIALA

CAPACIDAD CHIVA: 60 PERSONAS





## 8. PRODUCTO

### 8.1 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Como resultado del proyecto de grado o de investigación, se obtendrá un reportaje de prensa, el cual razono es el más conveniente para exponer la temática tratada durante el proceso de investigación y el trabajo de campo, dado que este manifiesta un aspecto de la realidad frente al tema tratado.

Planeada, como la forma más completa de presentar o manifestar un acto de periodismo investigativo, este es un informe sobre algún suceso, que, al contrario de otro género periodístico, este no solo se limita a dar a conocer, si no a informar. No se limita a solo ser una noticia, como todas las formas de investigación científica, social, histórica, económica, este busca las causas próximas del suceso, pero también las causas últimas y definitivas del mismo.

Explora circunstancias inmediatas a lo que comunica, pero también trata de ir más allá y acercarse lo más recóndito que pueda al origen; al o los aspectos que dieron lugar al suceso que reporta.

<b>Producto</b>	Artículo académico
<b>Tema</b>	Las chivas, como aspectos culturales y patrimoniales sobre ruedas.
<b>Fecha de entrega</b>	17 de octubre de 2019
<b>Duración</b>	15 páginas / 5.085 palabras
<b>Fuentes</b>	Conductores de chivas de la empresa Chivas Rumba y usuarios que han utilizado dichos vehículos.
<b>Realizadores</b>	Fernan Arias Ramirez

## **8.2 RECURSOS**

Utilizaré la información recolectada en las entrevistas realizadas en el trabajo de campo e investigación de los temas tratados en el Marco Teórico, para dar soporte a el reportaje, junto con fotografías e investigación participante y no participante.

### **8.3 ARTÍCULO**

#### **ARTE Y CULTURA SOBRE RUEDAS**

**El bus escalera; tradición cultural que predomina el folclor antioqueño.**

#### **ART AND CULTURE ON WHEELS**

**The ladder bus; cultural tradition that predominates Antioquia folklore.**

**FERNAN ARIAS RAMIREZ**

**Facultad De Comunicación Social, Publicidad Y Diseño, estudiante de Comunicación Social.  
Universidad Católica Luis Amigó, Medellín. Email: fernan.ariasra@amigo.edu.co**

#### **RESUMEN**

El presente artículo analiza, una investigación referente al bus escalera. Debemos recordar, que con la mula se instauraron muchas tierras en Colombia y el bus escalera las colonizó. Primero hay que decir que este se ha encargado de movilizar toda nuestra cultura, sabor, entusiasmo, alegría, colorido y folclor, que tanto nos caracteriza como antioqueños y más, como colombianos, adicionalmente, nacimos y crecimos en ellos, recorriendo nuestras inmensas montañas, con múltiples cosas por transportar como; los bultos de maíz, arroz, plátanos, café y panela, o moviendo los denominados “corotos”, de un lugar a otro, con el cuadro del Sagrado Corazón de Jesús, las gallinas, el colchón enrollado de rayas blancas y azules, las matas, los cerdos, las ollas, los platos, las cucharas, el chifonier, el televisor de patas, los portarretratos, las vasijas, el loro enjaulado, los costales con la ropa, la panela, los racimos de plátano verde, hasta el perro y el gato, podían entrar al bus escalera.

**PALABRAS CLAVES:** Comunicación, símbolos, íconos, historia, costumbres, Medellín, cultura y significados.

## ABSTRACT

This article discusses this article, an investigation into the ladder bus. We must remember, that with the mule many lands were established in Colombia and the ladder bus colonized them. First of all it must be said that this has been responsible for mobilizing all our culture, taste, enthusiasm, joy, color and folklore, which both characterizes us and antioqueños and more, as Colombians, additionally, we were born and grown in them, touring our immense mountains, with multiple things to transport as; the lumps of corn, rice, bananas, coffee and panela, or moving the so-called "corotos", from one place to another, with the picture of the Sacred Heart of Jesus, the hens, the rolled mattress of white and blue stripes, the bushes, the pigs, the pots, the dishes, the spoons, the chiifonier, the tv-legged, the portrait holders, the vessels, the caged parrot, the coats with the clothes, the panela, the bunches of green banana, even the dog and the cat, could enter the ladder bus. The ladder bus, or known as chiva, is a forger of anti-Ocean culture and customs, which capture images, icons, symbols, feelings and qualities that are part of the traditions or tastes of the owners and drivers of the vehicles. Stair buses have light years rolling along the antiqueñas roads, in many municipalities use them for the transport of food and food, in the city they use them for tourism and parties on special dates, such as December and the Flower Fair.

**KEY WORDS:** Communication, symbols, icons, history, customs, Medellin, culture and meanings.

## INTRODUCCIÓN

Primero que todo debemos de ir a la raíz ¿dónde surgió? ¿cómo surgió? ¿era así? ¿los colores, los signos y los símbolos, tienen algún significado especial? y como a medida que pasaba el tiempo, fue transformándose y haciendo una mutación del mismo. El bus escalera o la chiva, como se le conoce comúnmente, se compone de un chasis de camión, que puede ser de cualquier otra marca, pero

con suficiente potencia para recorrer los angostos y empinados caminos de la Geografía Nacional, las primeras chivas, se construyeron a principios del siglo pasado, en Antioquia. En sus inicios, constaban únicamente de una plataforma de madera, colocada sobre la carrocería de un camión, sobre la que se ponían cuatro o cinco bancas, para los ocupantes, sin ninguna protección a los lados, para evitar las caídas y una superior para protegerse de la lluvia.

A medida que pasaron los años se fueron presentando modificaciones en su diseño, convirtiéndose en hileras de anchas bancas de madera, que van de un costado al otro, a un lado es parcialmente cerrado y al otro se facilita el ingreso de los pasajeros. En la parte trasera del vehículo, tiene unas escaleras que conducen a la parte superior, allí, también tiene la capacidad para llevar más equipaje, objetos, animales, mercado, personas, entre otros.

Las chivas son netamente artesanales, los colores de estos vehículos, son vivos y los dibujos muy variados, realizados a mano con curvígrafo, compás o sencillamente a mano alzada, todas estas imágenes o dibujos simbolizan sentimientos, lugares, gustos, cultura e representan identidad, cada bus escalera tiene un diseño único, es como una obra de arte en un carro. En la parte trasera siempre va una pintura de un paisaje, una imagen religiosa o de un sitio, los buses escalera, son patrimonio cultural, su riqueza gráfica es admirable, su identidad nos cuenta que son hechas por nosotros y para nosotros.

Las chivas, como se mencionó anteriormente, han cargado con toda nuestra identidad y con el pasar de los días los elementos que tenía como carga pasaron a convertirse en elementos decorativos para este vehículo, como las bacinillas en forma de llavero, el zapato del bebé en el retrovisor, colocarle el tapete de colores en la cabina del conductor, la estampa del Sagrado Corazón de Jesús, los dados forrados en tela de peluche, los muñecos y muñecas, el saco de café, las vasijas con granos, maíz, arroz y cuantos más adornos y objetos quiera instalarle el conductor o el dueño; estos vehículos seguirán siendo el transporte más eficiente de carga pesada, por mucho que las decoren y las pinten con diversos colores, las

chivas seguirán llevando y trayendo miles de pasajeros, mercancía, alimentos, animales y artículos a los pueblos.

## RUTA CONCEPTUAL

Así como se han ido modificando las chivas, a la ciudad de Medellín, también llegó el transporte público nombrado Bus y este, así como la chiva, cambia a medida que pasa el tiempo. Si se tratase de llevar nuestra identidad, a medida que todo se hace más moderno, las ganas del conductor para darle un “detalle personal”, en las chivas o buses escalera, siempre han primado los colores, las formas geométricas, las imágenes religiosas, la piel de peluche en los espejos, las chivas todavía las pintan a mano por tradición, costumbre y por sello personal, aunque la imprenta ha permitido que esto cambie, porque aquellos dibujos que antes se hacían a mano, hoy se hacen en programas de diseño, pero en esencia, siempre predomina que las chivas tengan demasiado colorido, folclor e imágenes culturales repartidas por toda la carrocería.

Sigue estando allí nuestra idiosincrasia e historia, que viajaban junto con los alimentos y los artículos, ahora en la ciudad se perciben los escudos de los equipos de fútbol regionales, del Deportivo Independiente Medellín y del Club Atlético Nacional, la bandera de Colombia, gran variedad de imágenes sobre animales, los símbolos religiosos: como lo son la Virgen del Carmen, la Rosa Mística, la Virgen de Guadalupe, el Sagrado Corazón de Jesús, el Divino Niño, entre muchas otras.

A las chivas o bus escalera, no le pude faltar el nombre particular, como, por ejemplo: La Niña, La Pequeña Lulú, La Rosario, La Rumbera, La Reina de Occidente, La Colegiala, La Lolita, entre otros, haciendo alusión a hijos, sobrinos, nietos, sobrenombres y gustos personales.

La estandarización, hace que esta tradición de personalizar las chivas quede en los recuerdos y que se podrá observar siempre que se vean transitando por las

calles de Medellín y Antioquia. Eso sí, es algo más que todo, un afecto, porque realmente, los conductores y dueños se encariñan mucho con estos vehículos, entonces se les ponen nombres cómicos o de pronto muchas chivas llevan nombres de personas, ya esos nombres, más que todo por cariño y se los ponen por eso y es algo que se ha ido representando siempre, cada vez que se tiene una chiva, se le pone el nombre por tradición. Hay muchos nombres para escoger o se le pone por cariño o porque simplemente suena bonito.

El panorama pinta muy bien para los ciudadanos que hacen uso de estos vehículos, pero también en la propuesta, está el tener conductores altamente calificados y con sentido de pertenencia por su chiva, que los representa a ellos, también a toda una cultura, un pueblo, donde se está acostumbrado a decorar todo lo que se ve, a plasmarle los santos de la devoción, por delante, por detrás, por los lados, a engallar la oficina, esto conlleva a que los extranjeros se sorprendan porque en otros países no se ve esto, eso solo se ve aquí, en Colombia, porque las chivas, las montañas, los objetos, el amor, el sentido de pertenencia, son solo de nosotros.

Quien logra entender que esto es tan nuestro como la comida local (los frijoles y la bandeja paisa) que nos comemos muy a menudo y viene del campo, con una buena tasa de agua de panela, esto es algo que se ha ido repitiendo de generación en generación; el abuelo le dejó su chiva a su hijo, luego él se la deja a su hijo y así simultáneamente. Esta estética se creó por personas que gustaban de lo nacional y lo transmitieron a sus hijos que nació del corazón, del amor por el paisaje antioqueño, por el amor a sus creencias religiosas. Como bien se observa en las chivas o buses escalera por ahí, son obras de arte andantes, que llevan plasmada una cultura, una identidad, unas costumbres, un pueblo, unas ideologías y muchos sentimientos que dan gran cantidad de mensajes.

El departamento de Antioquia está ubicado geográficamente en una zona altamente montañosa, por eso no resulta extraño que en tiempos antiguos el medio de transporte habitual haya sido la mula y que más adelante con la

construcción de carreteras y caminos y avances tecnológicos, las chivas pasaran a ocupar ese espacio.

La chiva o bus escalera es reconocida por ser un medio de transporte que hace parte de la cotidianidad en la vida de los habitantes antioqueños, especialmente de aquellos que habitan en fincas, veredas, en el campo generalmente y los pueblos. Tanto así, que se podría llegar a afirmar que en casi todos los municipios del Departamento de Antioquia es común encontrarse por lo menos con una chiva que transite por sus calles y carreteras, llegando así este vehículo a constituirse como una parte importante de la expresión cultural de cada uno de sus pueblos.

Dada su recurrencia y su carácter popular en las regiones, se planteó esta investigación que diera cuenta del valor patrimonial que encierran los buses escalera en la vida rural y citadina. Es decir, se pretendió observar lo que alrededor de la chiva pudiese considerarse como expresión de una identidad cultural. En resumen, se buscó realizar un ejercicio descriptivo de la chiva como un objeto cultural patrimonial propio de Antioquia y particularmente en Medellín, que hacen uso para salidas, paseos, eventos de ciudad, fiestas navideñas, entre otros factores que conjugan a las chivas y hacen feliz a la gente que las aborda.

Cabe aclarar que, es necesario que también son importantes los usos que se le dan a dichos vehículos en un contexto rural, entendiendo por usos rurales, todas aquellas manifestaciones en que las personas regularmente encuentran útil la chiva, apropiándose de ella física o simbólicamente.

Habría que reconocer la existencia de otros elementos en los que se pueda advertir lo patrimonial de la chiva, sin embargo, este trabajo se delimitó y apuntó a lo que aquí entendemos por usos rurales.

Por otra parte, es interesante la función que cumple la escalera como un medio de transporte que implica flujos culturales de carga. Es así que fue importante examinar cómo y qué se transporta en estos vehículos.

No se pueden olvidar los carroceros, decoradores, conductores y pasajeros aquellos, sobre los que apuntó especialmente esta investigación, ya que son los sujetos que en primera instancia se apropian de estos vehículos. De tal forma fue imperativo describir como cada uno de ellos dota de significado a los buses escalera.

La chiva es un vehículo o un medio de transporte tan representativo de la cultura colombiana y antioqueña, y no se escapa de ser abordado y examinado por las áreas del conocimiento, pues al hacer parte de un repertorio cultural, se vuelve un objeto con todo un contenido por analizar, estudiar y tenerlo en cuenta en la historia de nuestro territorio.

La apropiación que las sociedades hacen de dicho medio de transporte, las chivas, deben ser temas analizados desde diferentes miradas que aboguen por conocer, reconocer y reivindicar los sentidos que unas comunidades les otorgan como expresiones de su cultura. La consolidación de este conocimiento sobre el patrimonio local es importante, en la medida en que contribuye también al conocimiento de las manifestaciones culturales de las regiones.

Por medio de esta clase de investigación, se busca generar un reconocimiento de las características culturales, propias y ajenas, que por lo general pasan desapercibidas y son subestimadas por el común de las personas, precisamente por ser tan inmediatas y cercanas a su cotidianidad. Así mismo, se busca que este conocimiento se transmita a otros interlocutores, con el propósito de que se continúe haciendo conciencia de la diversidad cultural que caracteriza a las chivas, su significado, sus símbolos, sus imágenes, sus íconos, sus colores, entre otros factores que hacen de las chivas un vehículo legendario.

Alrededor de las chivas se busca reunir todas aquellas manifestaciones que articulan conceptos tales como la identidad, la cultura y el patrimonio; haciendo de esta manera, prácticas las herramientas teóricas y metodológicas aportadas en

esta investigación, al ser éstas aplicadas a la descripción densa de los contextos y sus significados.

### **RUTA METODOLÓGICA**

Por ende, este trabajo respondió al interés académico y personal de articular métodos y técnicas de análisis visual, para las construcciones descriptivas e interpretativas que se originaron en el transcurso de la investigación. De esa manera se exploraron las posibilidades que brindan los medios audiovisuales tanto para la recolección, análisis y descripción de contenidos, así como para una difusión más incluyente del conocimiento sobre el tema.

A pesar que las investigaciones sobre los buses escalera son pocas, pues la mayoría de textos manejan superficial y aisladamente el tema de las chivas, se tuvo la oportunidad de conocer algunos antecedentes y fuentes de información que fueron muy valiosas, pues de alguna manera orientaron el camino de este proyecto investigativo.

Algunos de dichos referentes han abordado la chiva como uno de los eslabones en la historia de los medios de transporte en Colombia, otros la han visto como un medio de expresión del arte y la cultura popular, unos como una figura artesanal nacional y habrá que añadir aquellos que la han tratado como un atractivo turístico de la Feria de las Flores en Medellín.

A pesar de que las chivas hacen parte de la familia de los camiones, estos no son destacados en los antecedentes encontrados, sin embargo, también hacen parte de esa historia de los campos, los pueblos, las veredas, esos recorridos largos para llevar suplementos, alimentos, animales, personas y carga en general.

Tanto las chivas, como los camiones hacen parte de una expresión popular. Hacen parte de elaborados con cerámica, tela, madera, son reflejo de muchos artesanos colombianos.

Las chivas, son así como un producto cultural propio, ya que existen claramente en un sistema de objetos propios de la región. Por eso van más allá del uso que se les da o se les dio en el pasado, o sea de la función, y en un alarde creativo se convierten en una referencia simbólica.

Estos antecedentes hicieron que la investigación, calificara a las chivas como un elemento cultural valorado y representado como una figura artesanal o un atractivo de ferias, como la expresión de una identidad cultural que posee una significación propia en el entorno de la vida rural.

Fue entonces como el enfoque investigativo se dirigió a indagar y a profundizar por los contenidos identitarios y patrimoniales que encierran las chivas rurales y turísticas. Sé es claro al señalar que es de sumo interés su enfoque simbólico y representacional.

Mientras que la información que habla específicamente sobre las chivas es poca, lo que se ha enunciado sobre identidad y patrimonio ha sido vasto. Por lo que fue importante un proceso de depuración o selección de aquellos referentes teóricos que acompañaron el rumbo de esta investigación.

Fue así como nos posicionamos principalmente desde tres pilares conceptuales: el concepto de cultura, el de identidad y el de patrimonio; fueron estos instrumentos los que permitieron vislumbrar la pertinencia antropológica de describir los usos rurales de los buses escaleras. Reiterando que nos referimos por usos a todas aquellas manifestaciones en que las personas regularmente encuentran útil la chiva, apropiándose de ella física y simbólicamente; cuando hacemos referencia a la significación del bus escalera, empezamos a subrayar sus ámbitos de percepción y apropiación en los contextos rurales. De ese modo los diferenciamos de otras formas de concebir y darle significado a este vehículo, por ejemplo, en las zonas urbanas con las llamadas chivas turísticas. Innegablemente por significación se hace referencia al uso que le da la gente en la Feria de las Flores,

en el mes de diciembre para recorrer los alumbrados, en excursiones por la ciudad y demás.

Así pues, pensamos la cultura o la costumbre de andar en chiva y recorrer la ciudad en este vehículo, como un sistema de significados socialmente contruidos y por ende dinámicos que dan sentido a la existencia en una sociedad. Significados que sirven como un marco de referencia para la percepción y la interpretación de la realidad, permitiendo especular de ese modo, que las personas regularmente piensan, sienten y perciben las emociones al estar abordando las chivas y disfrutando de recorridos en estas, se despierta el espíritu antioqueño y las raíces de las familias antiguas.

De tal forma fue que se delimitó el campo de trabajo y la investigación, es decir, a los significados o valores de los sentidos que se les dan a las chivas en dichos contextos; presupuestando entonces que los usos rurales de este medio de transporte tienden a atribuirle unos significados sociales definidos.

## **RESULTADOS**

Así vista, la chiva se comprende como un símbolo compartido que se significa públicamente desde su cotidianidad; consecuentemente se analiza que debe existir una apropiación cultural como un objeto físico, concreto, palpable y poco ambiguo y en tanto objeto ideológico que representa, construye y moldea las percepciones de los modos de vida que la encuentran útil. Se estima entonces, que las uniones de estas apropiaciones llenan de significado y de sentido al vehículo, la chiva así, no solo transporta pasajeros y carga, también transporta todo un contenido cultural por desentramar.

Hay que tener claro que aquellos significados culturales que se quieren describir de los buses escaleras poseen su propio trasegar histórico, pues al ser estos transmitidos y re-significados socialmente se deben concebir como construcciones culturales dinámicas y fluidas. De tal forma se piensa que la valoración actual de la

chiva también ha sido el resultado de la suma de valores que la han antecedido de generación en generación y siempre manteniendo los parámetros y las costumbres que dichos vehículos llevan por tradición.

Las chivas, al poseer una vida útil desde tiempos inmemorables, supone que su presencia no ha sido pasajera, ni casual, sino que ha servido a motivaciones sociales que le han otorgado un valor. Es así como el bus escalera lo empezamos a concebir como parte de todo un repertorio cultural que ha sido y sigue siendo apropiado actualmente en la vida rural para el transporte habitual y en la vida urbana, para hacer turismo y diversión.

Es muy normal ir a los pueblos o municipios aledaños de Medellín y encontrar las chivas o buses escalera parqueados en los parques de dichos pueblos, allí las cargan con bultos de comida, verduras, herramientas, cajas de todos los tamaños, en ocasiones se ven conjuntos de personas que van tocando sus instrumentos musicales mientras viajan en ellas y todo es una fiesta y algarabía, creo que todos hemos vivido una experiencia así en nuestras vidas y es muy confortante sentir esas costumbres y cultura campesina que irradia la gente. En la ciudad cambia mucho el ambiente en los buses escalera, es otro panorama, otros que haceres y son otro tipo de personas las que van allí. En la ciudad se baila, se toma licor, se festeja, se usa otro tipo de ropa a bordo de las chivas, es otro ambiente y son muy diferentes los motivos por los cuales nos subimos a las chivas, por ejemplo, en las fiestas decembrinas y en la Feria de las Flores. También todo es fiesta y algarabía, pero de una manera muy diferente, sin embargo, es igual de alegre y pasional.

De esa manera, en la relación recíproca que se da entre la chiva, la vida rural y urbana, empezamos a hacernos una idea de la carga identitaria que este vehículo sobrelleva. Entendiendo por identidad el acto de reconocer consciente o inconscientemente las diferencias y las similitudes en referencia a algún grupo social, de ahí que se piense en un “nosotros” a partir de los contrastes que establecemos frente a los que denominamos como los “otros”. La identidad vista

de esta manera se constituye como un proceso de auto reconocimiento, afectado por como percibo un “nosotros” y por como nos perciben los “otros”. Para el campesino que va en una chiva rumbo a su vereda y ve gente citadina viajando allí mismo, se le es extraño, porque no son personas comunes que él ve ahí, supone que van de paseo. Mientras que, en la ciudad, toda la gente que va en una chiva en son de disfrute, se ve igual, todos son de un “mismo” ámbito o círculo social.

Por lo tanto, concebimos la identidad como una actitud colectiva y reflexiva que los individuos y los grupos crean sobre sus formas compartidas de ver el mundo, por eso hablamos de identidad cultural y no de identidad personal.

Del mismo modo como se poseen unas bases ideológicas, las identidades culturales van de la mano con los actores sociales, de determinados repertorios culturales, tal como la chiva, considerados simultáneamente como diferenciadores, es decir, la identidad no es más que la cultura interiorizada por los sujetos.

Se considera entonces, a la chiva, como un elemento característico del repertorio cultural en la vida rural, la cual se ha ganado un lugar en la cotidianidad de una sociedad que la encuentra útil en las montañosas cabeceras municipales y corregimientos del Departamento de Antioquia. Es así, como pensamos que en estas zonas la chiva se ha tornado próxima a la cotidianidad y a la historia de sus habitantes, logrando instituirse como una expresión propia de la identidad rural; es de esa manera que enfocamos nuestra mirada a la chiva como un bien patrimonial.

Todo lo que se aprende y transmiten las chivas, socialmente es cultura y patrimonio; las imágenes, los dibujos, el decorado, los colores, sus nombres en la cabecera, las pinturas plasmadas en la parte de atrás, entre otros. Todo esto es cultura y lleva infinidad de significados y sentimientos para sus dueños o conductores de estos vehículos, ya sea por costumbre familiar o gusto personal, todo tiene un significado y no está puesto a la deriva. De tal manera el patrimonio

de las chivas está compuesto por los elementos que en estas se pueden apreciar y las expresiones más relevantes y significativas culturalmente. El patrimonio, entonces, remite a símbolos y representaciones, es decir, a la identidad. Desde este punto de vista el patrimonio en las chivas posee un valor étnico y simbólico, pues constituye la expresión de la identidad de un pueblo, sus formas de vida. Las señas y los rasgos identificatorios, que unen al interior del grupo que se transporta en estos vehículos y marcan la diferencia frente al exterior, todo esto configura lo que es el patrimonio.

La chiva, como expresión de la vida rural podría entonces ser identificada como se lee un texto, advirtiendo en ella unos significados profundos que son reconocidos y compartidos socialmente. Concebimos que estos significados nos podrían dar señales de cómo una cultura piensa y siente el mundo de manera particular y cómo se relaciona desde ahí con otros pueblos y otras regiones.

## **DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

Por lo tanto, esta investigación se armó teórica y conceptualmente para poder develar lo que hay en las chivas de bien patrimonial, esto es, estar en la capacidad de asociar la materialidad del vehículo con las formas interiorizadas de ver el mundo en la vida rural y urbana. En otras palabras, estar a la altura de asociar la cultura interiorizada en los individuos con la cultura materializada en los buses escalera.

Es así, como se apuntó a una investigación que integrara lo cultural, las costumbres y todo lo que se compone en la descripción de las chivas, como un objeto patrimonial. Esta complementariedad implicó una interpretación integral del significado de este vehículo, ya que el objeto de estudio es la Iconografía de las chivas y todas las manifestaciones sociales que involucraba como parte de un repertorio cultural.

En consecuencia, se parte de pensar en la chiva como un patrimonio que conjuga costumbres, valores, ideas, historias, es algo que significa y encierra como un todo. Entonces, se concibe el valor patrimonial de las chivas, como un reconocimiento, tanto de la apropiación física, como la apropiación simbólica que un pueblo o una región hace de ellas.

Igualmente, en las zonas más rurales, es decir, en los corregimientos y las veredas, el número de habitantes es mucho mayor que en la cabecera municipal, por lo que es necesario tener vehículos de gran capacidad que puedan cumplir con las necesidades de movilidad de dichas personas en el campo. Indudablemente en las trochas de Antioquia, los buses escalera mandan por encima de los jepas (Jeeps), en este punto es oportuno resaltar entre dichos vehículos una marcada diferenciación, basada no solo en su capacidad de carga, sino también en su género, es decir, se habla de las chivas haciendo referencia al género femenino y de los jepas al género masculino.

Esto se puede percibir claramente en los nombres con que los conductores bautizan a sus vehículos, en el momento en que les estampan un nombre propio en el frente de la chiva o del jepao, sacándoles así de su anonimato. Estos nombres se dan por gusto propio del dueño del vehículo o el conductor, pero siempre hacen referencia a algo o a alguien en particular: Nombres de familiares, de mascotas, nombres que se inventan y todos llevan un valor sentimental. Esta relación de nombres con el contexto, también sirvió para darle el título a este artículo y bautizarlo como Arte y Cultura Sobre Ruedas.

Las chivas, aunque con nombres femeninos, solo son conducidas y trabajadas por hombres, ya que la labor de carroceros, conductor y ayudante de chivas es un trabajo manual que requiere sobre todo de fuerza. Así mismo, la labor de decoración de escaleras, aunque precisa más de técnica que de otra cosa, también es ejercida generalmente por hombres, puras ideas masculinas son las que predominan a la hora de darles los nombres, instalarle el decorado, pintarlas de cierta manera y con ciertos colores, “engallar” la cabina del conductor y demás.

Es así que lo femenino de las chivas solo se queda en sus nombres, porque en el fondo las chivas se relacionan con una labor asociada a la fuerza y a la rudeza masculina.

Las chivas antioqueñas, además de ser bautizadas, se caracterizan por ser de tipo cuadradas. Por su parte, hay chivas que se pueden encontrar del tipo redondas. Esta diferencia se aprecia en el acabado del techo de la chiva, es decir, las primeras terminan en ángulo, mientras que el techo de las segundas termina en curva, es normal estos estilos de chivas, de acuerdo al gusto del dueño.

Las chivas antioqueñas son reconocidas por ser unas de las más bellas en Colombia, destacándose sobre otras chivas por su tipo de decoración y engalles. Lo primero se refiere al trabajo que realiza el decorador de chivas con la brocha, el pincel y el compás en los laterales de madera, en la parte trasera o cola y en el frente del vehículo. Mientras tanto, el engalle es el trabajo que realiza el dueño o conductor de la chiva, el cual consiste en engalanar el vehículo con figuras de santos, plegarias, muñecos, calcomanías, espejos, farolas, pitos, entre otros aditamentos.

Uno de esos “gallos” que no puede faltar, es una buena consola de audio capaz de estremecer cualquier oído, ya sea el del pasajero o el de cualquier otra persona que se encuentre en su camino. Esta es una de las principales características de una buena engallada.

De esa manera un viaje en chiva también se convierte en un viaje por la música popular de Colombia, a través de la programación musical que emiten las emisoras de los pueblos o la ciudad. Ahora con la llegada de nuevas tecnologías como el mp3, los viajes en escalera se han tornado en un popurrí que nos lleva por todos los gustos musicales del conductor, quien se toma su tiempo para hacer las veces de “disc jokey”, para hacer un viaje más ameno y folclórico para sus pasajeros, eso sí que se nota en diciembre y la Feria de las Flores en Medellín.

Cabe decir que, en Medellín, que es el escenario de investigación para este trabajo, las épocas fuertes de paseo en chiva, son en diciembre por el tema de la salida a ver los alumbrados. Es muy común en las horas de la noche ver gran cantidad de chivas rodando por la ciudad y dentro de ellas, una multitud de personas festejando, bailando, tomando licor y en son de alegría, pero todo es por salir a ver los alumbrados y gozar con la gran variedad de música que en la chiva se escucha.

Otra época fuerte para el paseo en chiva, es en agosto por el tema de la Feria de las Flores, la gente se pone sus atuendos antioqueños (sombrero, poncho, carriel) y salen al Desfile de Chivas sacando a flote sus raíces paisas y de juerga. Es un desfile muy bonito, ya que son demasiadas las chivas que participan y se deja ver toda esa cultura, esas costumbres e idiosincrasia antioqueña que emana calidez y amor por la tierrita. De ahí pues, que las chivas son obras de arte andantes que llevan a cuesta ideologías, sentimientos, costumbres y son un patrimonio que marcó el pasado de nuestra Antioquia, de nuestros ancestros, de nuestra región y lo seguirán haciendo por los siglos de los siglos, porque las chivas son Arte y Cultura Sobre Ruedas.

## 9. CIBERGRAFÍA

Sociedad de la información y educación. Autor Florentino Blázquez. Entonado.

P.13 Disponible:

<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/blanquez.pdf>

Artículo: Redacción Vehículos, periódico El Tiempo, año 2014.

González, Luis Fernando. Revista de la Universidad De Antioquia. ¿Y qué fue del patrimonio urbano arquitectónico de Antioquia?

John Jairo Posada Henao, Carlos Alberto González Calderón. Año 2010, Universidad De Antioquia. Metodología para estudio de demanda de transporte público de pasajeros en zonas rurales (Buses de escalera)

María Isabel Zapata Cárdenas, Universidad de Medellín. Año 2018. Camiones de Escalera: iconografía visual campesina rodante como expresión viva de la cultura y gráfica popular colombiana.

María Isabel Zapata Cárdenas, Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación. Camiones de Escalera: iconografía visual campesina rodante como expresión viva de la cultura y gráfica popular colombiana.

Aura María Londoño Torres, Patricia Rodríguez Flórez. Fundación Universitaria Del Área Andina. Año 2009. Estudio de los elementos simbólicos e iconográficos de la tradicional 'chiva', aplicados a la moda y las posibilidades de inspiración para la creación de una colección de accesorios, bolsos 2009.

David Andrés Valencia Salazar, Universidad De Caldas. Año 2010. Las reinas de la trocha.

Contenidos El Rey, Artesanías de Colombia: Identidad y simbología. La chiva, patrimonio cultural colombiano.

Karam, Tanius. Introducción a la Semiótica. Academia de Comunicación y Cultura, Universidad de la Ciudad de México. P:2. Disponible en: [www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf](http://www.portalcomunicacio.com/download/18.pdf)

González, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3.

Nieto, Julio Alberto. Simbología, Maestros de la Cirugía Colombiana 2011. P:151, Rev. Colomb Cir. 2011;26:151-163. Disponible en: [www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/rcci/v26n3/v26n3a2.pdf)

Lotman, I.M. El Símbolo en el Sistema de la Cultura. FORMA Y FUNCIÓN 15 (2002), páginas 89-101. © Departamento de Lingüística, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, D.C. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/219/21901505.pdf>

Saldarriaga, Hernán. 20 agosto, 2015, La chiva, recorriendo los caminos de Colombia. Revista Volar, 2 páginas. Disponible en: <https://revistavolarcolombia.com/entretenimiento/cultura/la-chiva-recorriendo-los-caminos-de-colombia/>

Correa R. Juan Santiago. Urbanismo y Transporte: El Tranvía de Medellín (1919-1950) Universidad Externado de Colombia P:2- Facultad de Economía. Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2003/CorreaJuanSantiago.pdf>

Sanz, Luis T. Iconografía, significado, ideología: Problemas y cuestiones en la interpretación actual del arte Maya. Universidad Complutense de Madrid. El Arte Como Lenguaje, P: 72-73. Disponible en: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-IconografiaSignificadoldeologia-2775189.pdf>

Charles, Sanders, Pierce. Semiótica de la cultura: uca.edu.sv, citado: sep. 2015 Disponible: [http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio\\_pers/amarroc/document/sc/clase4.pdf](http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/amarroc/document/sc/clase4.pdf)

GONZÁLEZ, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3.

Malinowski, Bronislaw, (1973): "Introducción: Objeto, método y finalidad de esta investigación", en los Argonautas del pacífico occidental. Barcelona: Península, (pp.19-42) [http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/ana/MALINOWSKI\\_LAPO.pdf](http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/ana/MALINOWSKI_LAPO.pdf)

GONZÁLEZ, Carlos. Principios básicos de comunicación: nociones e historia de la comunicación. Ed, México: Editorial Trillas, 1989, 15 P. ISBN: 968-24-3224-3.

Francisco José Salguero Lamillar. 2001. "Teoría General de los Signos y del Significado". En Nepomuceno, Quesada & Salguero (eds.) 2001. Información: Tratamiento y Representación. Servicio de Publicaciones, Universidad de Sevilla. Capítulo 3: 41–58.

UCHA, Florencia. Sitio: Definición ABC, mayo 2011. Disponible en: [www.definicionabc.com/historia/emblema.php](http://www.definicionabc.com/historia/emblema.php)

FRUTOS, Montaner Alberto. Sentido y Contenido de los Emblemas. Emblemata, 16 (2010), pp.45-79. Disponible en: <https://ifc.dpz.es/recursos/publicaciones/30/55/04montaner.pdf>



