La prosocialidad en Bogotá a través de “Los 4 locos de Bogotá”, teniendo en cuenta los tres principios básicos: comunicación y moral, heredados de la cultura ciudadana

Prosociality in Bogotá Through the “4 Locos of Bogotá”, Considering the Three Basic Principles: Communication and Morality, Inherited from Citizen Culture

DIANA MARÍA BEJARANO ROJAS

Universidad ECCI

Colombia

dianabejarano453@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4775-6652>

FABIO ANDRÉS RIBERO SALAZAR

Universidad La Gran Colombia

Colombia

fanris@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5754-3730>

OSCAR CAMILO ZÚÑIGA GUERRERO

Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo UNICIENCIA

Colombia

oscars.zunigag@uniciencia.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-1799-3470>

<https://doi.org/10.52948/ds.v7i1.1120>

Artículo de investigación

Recepción: 1 de junio de 2024

Aceptación: 27 de marzo de 2025

Resumen

El siguiente artículo presenta los resultados de investigación realizados en la ciudad de Bogotá, Colombia, que busca identificar la influencia en el comportamiento de las personas sobre la representación simbólica de “los cuatro locos” y su relación con la conducta ciudadana como parte de la construcción cultural, que se debería aplicar en el contexto de una metrópoli latinoamericana como Bogotá y que forman parte de un patrimonio social desde la década de 1940, que debido a sus anécdotas son ejemplo de civismo y urbanidad; además, cómo la prosocialidad se permea con

estos personajes y los convierte en agentes influenciadores por medio de un cambio en la cultura social y ciudadana. Este ejercicio que se extendió durante un año se trabajó desde el enfoque cualitativo desde el tipo de estudio descriptivo, aplicando la relación entre las expresiones, los referentes y los imaginarios sociales y cómo influyen en la prosocialidad y la cultura ciudadana desde una mirada claramente humanista, donde definitivamente se crea una significación del ciudadano desde su propio contexto.

Palabras clave: humanista; prosocialidad; cultura ciudadana.

Abstract

The following article presents the results of research conducted in the city of Bogotá, Colombia, which sought to identify the influence on the behavior of people on the symbolic representation of “the four crazies” and its relationship with citizen behavior as part of the construction of identity. that should be applied in the context of a Latin American metropolis of Bogotá have been part of a cultural heritage since the 1940s, due to their anecdotes, an example of civility and urbanity. This exercise that lasted for two years worked from the qualitative approach from the type of descriptive study applying the relationship between expressions, referents and social imaginaries as they influence the prosociality of people from a clearly humanistic perspective, where it is definitely created a meaning of the citizen from its own context.

Keywords: Humanist; prosociality; citizen culture.

Introducción

La representación simbólica de las ciudades se viene construyendo desde los mismos inicios de la sociedad moderna, donde los comportamientos de los llamados *ciudadanos* se comienzan a hacer representativos de los elementos que edifican su misma interacción con los demás. En este sentido se observa que los comportamientos, la interacción y los imaginarios constituyen unos elementos esenciales para esa misma elaboración de lo social en diferentes contextos, que se descubren en la realidad de las personas.

De acuerdo con lo anterior, la conformación de la prosocialidad está definida por el sentido mismo que va conformando la realidad de las personas. Para Carlo y Randall (2002) los

comportamientos de las personas están relacionados con la capacidad de los individuos por crear relaciones con los demás, definidos en muchas circunstancias por el nivel de formación que tuvo la persona dentro de un contexto social y familiar, y que le ha permitido crear un sentido más representativo ante los demás.

Por eso es de suma importancia como los elementos que se van construyendo dentro del entorno social de las personas, al permitir representarse como un sujeto activo dentro de la sociedad con las condiciones que lo identifiquen dentro de su contexto y posibilitarlo dentro de la conformación de la realidad histórica urbana. Es por esto por lo que muchos personajes se convierten en referentes de la identidad en una ciudad como Bogotá, escasa en referentes icónicos que generan en las personas, bien sea por su carisma o por los valores que transmiten, son un elemento de la representación simbólica de la ciudad. Todos ellos tienen la responsabilidad aún no asumida de generar cosas en común que permitan la interpretación propia de la sociedad.

En este contexto, existe una tendencia muy clara en trabajar propuestas que se enmarquen en el interés de desarrollar el campo de influencia en la vida cotidiana de las personas. Especialmente, lo que tiene que ver con los elementos que les permitan crear su propia realidad desde el marco de la concepción del humanismo significaciones que le identifiquen con su entorno y la facilidad de tomar decisiones en un espacio social.

La característica principal del humanismo es la postulación de la excepcionalidad del hombre, lo que le da un lugar de centralidad y dominio sobre lo que le rodea. Adicionalmente, se presume que el ser humano en la era moderna, y de ahí en adelante, es capaz de tener conciencia de sí mismo, de su entorno y para algunos otros incluso del universo. Lo enunciado enmarca las distintas miradas del humanismo, destacándose que en la concepción humana, además de concebir lo excepcional de la condición de persona, como valor agregado se presenta el poder para ejercer dominio en su contexto.

Nunca en la historia un mensaje toma la relevancia de cambiar toda la infraestructura de un mundo subyugado por un gobierno autoritario enmarcado en toda clase de violaciones de los derechos humanos, que aún no existían pero que pronto surgirían para aliviar en parte la representación del ser humano como persona en una sociedad que necesitaba ser reconstruida con urgencia.

Desde esta perspectiva, como en otros elementos sustanciales de la vida social la educación en Colombia se encuentra en proceso de desarrollo. Por lo anterior se forma un elemento que

constituye una necesidad en continuar trabajando, que permita representarse en la construcción significativa del ser dentro de un contexto de la sociedad. De ahí que sea primordial reconocer la importancia de la injerencia de los procesos de formación en el contexto colombiano.

Es por eso por lo que en las últimas décadas ha tomado gran relevancia la necesidad de generar espacios de formación ciudadana en diferentes sectores de la realidad de la ciudad, para incentivar la cultura ciudadana desde la significación de elementos dentro del contexto propio de la cotidianidad de las personas. Dentro del ejercicio de la investigación, se tomaron unos referentes sociales que han representado ciertos momentos históricos de la ciudad, y se apoyan en la prosocialidad y en la cultura ciudadana, como una guía para la creación de programas educativos que tuvieron éxito en los primeros años de su implementación, llevando como bandera la creatividad en su ejecución; además de la contextualización de tres principios claves en todos los entornos de la ciudad: comunicación, moral y cultura.

Estos tres conceptos se unen a la prosocialidad como un complemento en donde cada uno de ellos juega un papel fundamental: la comunicación como el eje de toda interacción social y sus formas y medios de expresión (verbal y escrita); la cultura como un indicador social y, por ende, comportamental acerca de las reglas de la sociedad; por último, la moral como un indicador de lo que está bien y de lo que no (Bejarano y Zúñiga, 2022).

Teniendo en cuenta esta categoría que nos definen algunas tendencias de la investigación en el tema del trabajo que atañe, para el proyecto el humanismo se trabaja desde la concepción de la mirada investigativa de Sofía Freire (2008), donde explica que gracias al lenguaje el hombre se significa como persona, en donde el tipo de expresión le permite generar significación en el propósito del mensaje en un contexto determinado como sujeto dentro de una sociedad. En tal sentido, la elaboración de mensaje dentro de los espacios pedagógicos representa la esencia de la condición humana, en donde comienza a desarrollar el propósito esencial que define la intención misma del escenario social, que implica el aula de clase, que resulta ser el primer espacio de reflexión política que tienen actualmente las personas.

De esta forma, se contextualiza la formación humana desde la mirada del proyecto como esa palabra que complejiza la construcción del concepto; a partir de la concepción de las personas que intervienen en el proceso de educación, se espera lograr que se concienticen de la importancia de visualizarse personas y se conviertan en sujeto activos que permitan la construcción ciudadana que busca crear escenarios de convivencia social.

Por tanto, comprender la relación educación y humanismo de manera conceptual y práctica implica procesos de investigación multidisciplinar y transdisciplinar, que permitan desde los contextos particulares de las disciplinas, en el marco de las situaciones en el aula de clase, identificar el tipo de ser humano que se pretende formar como propósito de alcanzar los objetivos propuestos para una sociedad. Asimismo, establecer los caminos, procesos y procedimientos, para alcanzar este ideal pedagógico o, como algunos dirían, la excelencia de formación, teniendo como referente la importancia de contar siempre al sujeto como actor primordial dentro de la perspectiva interdisciplinar de la antropología pedagógica (Arias y Sánchez, 2017).

De acuerdo con lo anterior, se entiende el humanismo en relación con las concepciones que se tienen para explicar al ser humano. Según Maritain (1999), quien lo expone en la forma que se mira cada una de esas concepciones, manteniendo la perspectiva de cómo el ser humano, es considerado como un ser pluridimensional en el centro de todos los procesos, respetando su condición de persona desde el nacimiento hasta su muerte, integralidad, trascendencia y solidaridad. Esta mirada del humanismo integral, que viene desde la representación del humanismo clásico derivado de sus prácticas míticas y las cuales se manifiestan desde la religiosidad; así como sus acercamientos a la finalidad del ser humano desde sus concepciones; que hace lo verdaderamente importante para los humanos sin desligarse de Dios (Solórzano, 2008).

De esta forma, para la cultura occidental somos el resultado hereditario de las visiones que se originan del humanismo de los griegos, además del humanismo moderno, esencialmente indispensables para tratar de entender el concepto actual de la integridad humana referenciada estrictamente desde las nociones aristotélico-tomista. De ahí que sea indispensable contextualizarlas desde las nuevas nociones de la vida contemporánea, con todas sus características que rodean las miradas de la sociedad líquida de Bauman (2015), la sociedad de la información de Mattelart (2007), el multiculturalismo, el postcapitalismo, la antropología filosófica y el cosmoteñadrisimo, entre otras.

Estas visiones de la realidad actual del ser humano hacen pensar en la dificultad para referenciar al menos de forma holística el humanismo en la actualidad. Según Maritain (1999), se busca explicar estas tendencias de la visión del hombre en estos momentos en que es inseparable de la civilización o de la cultura. En consecuencia, la concepción del humanismo unido a la cultura refiere entonces sobre la importancia clara del lenguaje dentro de su estructuración (Martin-Barbero, 2000). En ese sentido, la relación de la cultura actual frente a la Modernidad y a la

tradicional medieval amerita retomar los fundamentos cristianos en que cimientan la concepción del humanismo integral como medio de integración del sentido prescindible de la formación humana en la actualidad.

De esta manera, se concibe que las diferentes caracterizaciones buscan contraponer el ideal racionalista de la visión humana, el cual consistió en generar una mirada sobre el humanismo contemporáneo. Este pretende encontrar respuestas para la visión del mismo, que permita referenciar la concepción del hombre como un ser integral con las dimensiones de globalidad, trascendencia y solidaridad que, como se dijo anteriormente, posibilita encontrar las acepciones especiales para entender la importancia de ser en el entorno de la sociedad. Entonces, la necesidad es comprender que el humanismo permite que el hombre se representa como un ser humano integral con amplias nociones de reconocer al otro, a los demás y a sí mismo, desde la conformación social del sujeto con interrelación con los otros (Irizar, 2005).

De la misma forma, se encuentra la necesidad de relacionar este entorno social con la cultura como ingrediente indispensable para constituir las relaciones del humanismo con la integridad de este ser, en relación con los demás, a partir de la experiencia inmediata, y casi espontánea, de las personas, que permite tener justo el lenguaje con el medio que lo rodea. Es decir que este último es un ingrediente indispensable dentro del desarrollo de la persona dentro de su contexto. Para comprenderlo es importante desprenderse de todos estos sentimientos que lo ligan y que permite verlo subjetivamente y no lo hace un referente objetivo que consientan su estudio.

Por consiguiente, se debe comenzar por entender cómo el lenguaje se constituye como un elemento indispensable de la comunicación y cómo se encuentra claramente ligado dentro de la concepción de humanismo que se está trabajando en esta investigación. Es inaprensible aclarar que la conjunción de signos, símbolos, iconos e índices son una serie de elementos que constituyen el patrimonio simbólico de una cultura específica, que se unen al fenómeno perceptible de una significación (Ladrière, 1984). En tal sentido el “lenguaje no solo traduce sino actúa como elemento de transformación de la sociedad y de la acción del sujeto como medio de la toma de posesión por el sujeto de su mundo interior y del mundo social” (p. 53).

Además, se entiende el lenguaje como elemento esencial en la conformación de ideas y sentimientos; logra estabilidad propia, expresando cada una de las voluntades que permiten descubrir el sistema de comunicación, que representa las condiciones propias que se quieren constituir como elemento conveniente de interacción del sujeto en la sociedad. Para Martín-

Barbero, estos elementos expuestos definen los objetivos del lenguaje como mundos en causa continua y permanente, en la conformación del ser dentro de las leyes que rigen en el comportamiento en la comunidad. Mientras que la experiencia es privada, el lenguaje es de carácter público, porque está regido por las normas de la comunidad y el orden; los signos lo convierten en la interpretación universal que definen su papel en lo social definido dentro de lugar de enunciación.

¿Entonces el lenguaje está integrado o pertenece a un sistema propio de comunicación? La concepción de este como elemento esencial de canal, como se ha referido en este documento anteriormente, lo caracteriza como elemento esencial de la comunicación. Permite encontrar respuestas a la composición teórica del lenguaje en el sistema de la comunicación, en el cual se permite reconstruir el mundo en que el sujeto se desenvuelve a través de este y transmitirlo a sus congénitos desde la conformación de mensajes, a partir de la ordenación sistemática de signos, permitiendo ser elemento esencial de la conformación de un humanismo integral.

En este sentido, la cultura y la sociedad guardan una relación absoluta y directa que permite entender la confluencia con los demás y su propia realidad. Está orientada al control de un recurso clave que alimenta cada uno de los momentos en que las personas se relacionan con los demás desde la interacción de los mensajes que reciben en un mundo cada vez más conectado, abriendo grandes posibilidades para el desarrollo de las personas gracias a la construcción social del ser. Para Kuehl et al (2012):

(...) la utilización de la red ha permitido alcanzar un punto donde el creciente y amplio rango de actividades sociales, políticas, económicas, son dependientes de ésta y, por ello, son vulnerables a la interrupción de sus usos y usurpación de la información. (p. 30)

En este aspecto, la sociedad moderna se basa desde el ejercicio que permita la relación del mundo con sus particularidades, generando una serie de posibilidades y conformación de escenarios. En respuesta a esa afirmación, Masschelein y Simmons (2014) argumentan que la profanación y la suspensión hacen posible abrir el mundo desde la realidad que se revela.

Esta se encuentra sujeta a entender la infraestructura crítica que define todos aquellos elementos físicos y virtuales que permiten la operacionalidad actual de diferentes escenarios de interacción social. Claro, estos incluyen las comunicaciones, la economía, el transporte, entre muchos otros, bien sean privados o públicos (Verdon, 2000). Todo este mundo surrealista y poco

explorado por las personas relacionan una nueva esencia de la comunicación y la realidad, así como los nuevos estudios definidos a través de las tecnologías de la información.

De acuerdo con lo anterior, la capacidad de encontrar respuestas a las soluciones de la sociedad desde la adquisición de un pensamiento crítico permite a las personas adquirir un capital simbólico que, por lo que ya está establecido socialmente, los paradigmas legitiman y construyen la noción de capital desde el conjunto de saberes que constituyen la capacidad de reconstruir a la sociedad.

El anfibio cultural y su papel influenciador en la prosocialidad

La capital colombiana acoge a una gran cantidad de foráneos, permitiéndoles vivir y, en algunos casos, sobrevivir en ella. De esta forma, el presente artículo responde a varios interrogantes que surgen desde la década de 1940 hasta nuestros días, dando cabida a un gran historial social, político y económico. Pero ¿cuáles son estos interrogantes en los que se hace pie para desarrollarse como investigación?:

El primero de ellos es la representación pintoresca de los cuatro locos de Bogotá en los años 40, ¿Quiénes son y cuáles son los orígenes de éstos? La Bogotá de 1940 era el albergue de diversas historias de vida, unas más conocidas que otras. También existieron quienes fueron símbolo de esa época, dichos personajes vagaban por el centro de la ciudad eran llamados los “locos” de la ciudad.

Los cuatro locos: Margarita Villaquira Aya (la loca Margarita), Pomponio (Manuel Quijano Guzmán), el “Negro Chivas” (Luis Antonio Chivas) y Antoñin (el bobo del tranvía) son personajes y representantes vívidos de una sociedad política y económica reflejada en la realidad a modo de espejo de los años 1940. La investigación intenta evidenciar por medio de estos elementos, que dichos protagonistas son una radiografía de la violencia política y social de la época; Margarita Villaquirá, marginada por la violencia política huye a la capital luego que su hijo es asesinado junto con otros hombres en la plaza central del pueblo donde era oriunda. Como docente intenta continuar con sus obras en la capital, pero finalmente pierde la cordura refugiándose en el amor por el Partido Liberal (El Tiempo, 2007).

De esta forma, la investigación comienza a recoger la representación de este personaje, que desde la década de 1940 en el siglo XX es reconocida la importancia simbólica del personaje, significando las características más importantes de la cultura capitalina mediante la utilización de sus prendas, el sombrero y el bolso, accesorios muy importantes de la realidad social de ese

entonces. Para Hall (1996), la representación de este tipo de iconos resulta esencial para la construcción de la cultura de un lugar. Es precisamente el sentido de la realidad lo que conlleva a crear una construcción simbólica de la propia locura de las personas y su clara influencia en la manipulación de la realidad, que permite entender más a los integrantes de una sociedad.

Tal como se mencionó antes, el lenguaje permite la interacción de los sujetos, que generan definitivamente las esencias particulares del individuo constituyéndose. Según Hall (1996), en la “mimesis” de su propia realidad, la que es representada por cada uno de los elementos icónicos de este personaje y por los locos de Bogotá. De esta manera, la identificación de arquetipos en el vestuario genera la evidencia de realidades de acuerdo con cada uno de los contextos en que se ve representado en la ciudad (Eco, 2000).

Por su parte Pomponio (Manuel Quijano Guzmán), personaje derivado del acoso social y la exclusión por ser diferente, puesto que en su círculo social su lenguaje florido y pintoresca manera de vestir lo hacían blanco de burlas. Además de lo anterior, cabe resaltar que sus problemas cognitivos eran el causante de dichas agresiones, detonando ante la pregunta de siempre “¿Pomponio, quiere queso?”.

La representación de este personaje en la actualidad permite entender la relevancia que tenía durante su vida en la ciudad. Gracias a la investigación realizada se evidencia la relevancia de este tipo de iconos en lo que hoy representa el imaginario de la cultura colombiana. Estas estructuras sociales se vienen alimentando durante mucho tiempo en la retórica urbana y evidencian la importancia de la influencia de estos relatos en la realidad de las personas en la actualidad. La evidencia recolectada en esta investigación, acerca de la representación simbólica del personaje y cómo se convierte en la representación social de muchas personas en la capital, permite entender la relación de estos imaginarios con los comportamientos de las personas en la actualidad. Esto se refleja alrededor de la realidad de muchas localidades de la ciudad, en donde se sienten verdaderamente identificados con este personaje.

Por otra parte, el eterno compañero de Margarita era el “Negro Chivas”, personaje que pierde su cordura poco tiempo después de llegar a la capital a causa de una traición amorosa y una tragedia familiar; así como estudiante de derecho apasionado por la vida. Cuentan los relatos de los abuelos que su principal enemigo era el “astro sol”, ya que él mismo aseguraba que ese rubio le había quitado a su novia, saliendo de sí cada vez que lo veía sin quitarle la mirada y lanzando todo tipo de improperios, en contra de aquel que le arruinó la vida.

Dentro de este personaje se encuentra articulada la afiliación racial del símbolo dentro de un contexto histórico bastante excluyente para este tipo de imágenes, que permiten articular la función existencial de las personas dentro de la inclusión social de diferentes grupos étnicos dentro del escenario de la metrópoli bogotana. Dentro del proceso de análisis del concepto comunicativo que representa este personaje dentro de la comunidad, se describe como uno de los elementos más icónicos con los vestuarios que utilizan los personajes, que representan expresiones definidas por el sentido comunicativo del contexto donde se desenvuelve.

En este sentido el cuerpo humano constituye un potente vehículo de expresividad, utilizado habitualmente como medio de comunicación, que permite encontrar mensajes que difunden estructuras identitarias dentro de la realidad que fundamenta un estatus social. Como bien explica Violi (1991):

El pensamiento es un reflejo categorizado de la realidad y del lenguaje o cualquier otro sistema semítico utilizado por el ser humano, es una expresión material. Esto quiere decir que toda la producción significativa reproduce las relaciones lógicas que los objetos guardan entre sí, en la naturaleza. Por lo tanto es posible establecer el recorrido lógico del pensamiento y de la significación. (p. 224)

En este sentido, la correlación de signos y la expresión se constituyen como un lenguaje representativo de la cultura que interactúa con la intencionalidad comunicativa que ha permitido la generación de identidad del núcleo urbano capitalino. Esto demostrado por la formación de imaginarios de ciudad, generados por la representación de este importante personaje urbano y la significación que aún, después de tantos años, sigue siendo importante para las personas. Aquellas que de alguna u otra forma buscan elementos comunicativos que permitan incentivar un mayor sentido de pertenencia de su comunidad y, claro, también utilizado por la publicidad como elemento representativo de ciertos sectores de la economía regional en lo que permite difundir lugares turísticos de la capital colombiana.

Para completar el cuarto personaje se encuentra Antoñin (el “bobo del tranvía”), uno de los personajes más reconocidos de la capital, escolta eterno de su hermana, quien pierde la cordura luego de que ella por fin logra deshacerse de él para escaparse con uno de sus pretendientes. Así, se ciñe en la locura y se convierte en uno de los primeros personajes que colabora con el tránsito de Bogotá.

Dentro del análisis de contenido, para este personaje se identifica su representación arquetípica de un alguien que representa una institucionalidad, desde su conformación de símbolos que denotan un homenaje a los agentes de tránsito desde su singularidad demostrada por la vigorosidad de cada icono utilizado en su vestimenta, que le permite ser un personaje mítico en todas las esferas sociales de la ciudad de Bogotá. Claramente, la gente lo identificaba desde cualquier esquina del centro histórico y aún es representativo por las personas de todas las edades, que incluso lo imitan desde lo que se puede considerar una desviación mental, pero que también significa la importancia del personaje dentro del contexto histórico de la ciudad.

Pero, ¿Qué tienen de particular estos personajes? y ¿Por qué son tenidos en cuenta para la investigación? Sus características particulares y sus historias de vida tan marcadas, asociadas a la realidad política y social, los convierte en un ejemplo claro y resaltante. Por lo mismo, son los personajes apropiados para utilizar como vehículo de comunicación de una campaña, vinculándose con la juventud y rescatando parte del patrimonio histórico y cultural de la capital.

De lo resaltante de la década de 1940 no solo son los cuatro locos, al igual que los constantes conflictos políticos, el despojo y desplazamiento forzoso, los que obligaban a gran parte del campesinado a arribar a la capital, convirtiéndola en el mejor destino migratorio; en busca de las oportunidades que la violencia poco a poco les arrebatava, todo esto con el inicio de los primeros cuerpos paramilitares y guerrilleros que se formaban sin tener un nombre definido. Todo esto desemboca en el fatídico asesinato del candidato liberal Jorge Eliécer Gaitán, hecho que transformó la sociedad capitalina y colombiana a finales de la década de 1940 y principios de 1950, generando por completo el desarrollo del conflicto armado como se conoce.

La capital colombiana absorbe por completo a varios municipios en sus afanes de contención suburbana, albergando cada vez más personas en el interior del país. La sociedad se desarrolla a pasos agigantados alternando el mandato de unos de los puestos burocráticos más importantes del país entre las dos corrientes políticas tradicionales. Con la llegada de Andrés Pastrana a la alcaldía distrital, la sociedad capitalina intenta organizar nuevos modelos de orden público, con estructuraciones de orden administrativo, a través de la creación de cargos y administraciones distritales que en parte incentivan el cambio.

Posteriormente, la Alcaldía de Bogotá queda a cargo del pedagogo y rector de Universidad Nacional de Colombia en los años 90, Antanas Mockus Šivickas. De allí nace el segundo

interrogante de esta investigación ¿Cómo la cultura ciudadana transforma a la capital desde la aplicación de símbolos representativos como son los cuatro locos?

Para responder a esta pregunta es importante indagar sobre la propuesta pedagógica implementada por el entonces alcalde, en la cual surge el término “El anfibio cultural”, que responde a inducir a personas en particular, apoyándose en un grupo para cumplir con los tres pilares fundamentales de la propuesta que son ley, moral y cultura. Por tal razón, en el trabajo investigativo se modifica el concepto de ley por “comunicación”.

¿Cuál es el objetivo de cambiar ley por comunicación?, es muy simple, la prioridad de la investigación es evidenciar el impacto que tiene un término en particular, por lo que surge el siguiente interrogante: ¿Qué relaciona el “anfibio cultural” con la publicidad social?, la respuesta es la prosocialidad. Este término, muchas veces es confundido con el altruismo, se caracteriza y se diferencia del altruismo en el vínculo que relaciona a la persona a la que prestó la ayuda. Es decir, Hernández (2005) en su estudio “Conducta altruista y conducta prosocial” expone el caso de “*Kitty Genovese*”, una joven que fue asesinada a frente de su residencia en la ciudad de Nueva York. Fue un crimen que podría haber pasado totalmente desapercibido, de no ser porque duró en el lugar aproximadamente media hora, ante la mirada de más de 30 espectadores; quienes al escuchar los gritos de la víctima, a su llamado de auxilio ninguno respondió .

Lo peculiar del acontecimiento no es la falta de indolencia, sino que explica claramente que, de haber un vínculo cercano con la víctima, una o varias personas podrían haberla ayudado, a lo que se le denomina conducta prosocial. Hernández (2005) describe lo siguiente:

A veces ayudamos a las personas y otras veces no, ¿por qué sucede esto? Según Bibb Latané y Jhon Darley (1970) consideran que cuando una persona es testigo de una situación de emergencia, llevar a cabo una conducta de ayuda depende de una serie de decisiones. El contexto donde se produce una emergencia influye en la interpretación que se hace de la misma. Las personas tienden a interpretar las situaciones de tal manera que no requieran su intervención o ayuda. (p. 34)

La decisión de intervenir en una situación de emergencia viene determinada por la percepción de la persona, en caso de que se perciba como una verdadera emergencia. No obstante, esta es una condición necesaria pero no suficiente, pues además de percibir la situación como verdadera emergencia deberemos considerar que es nuestra la responsabilidad de ayudar. Esta decisión de

asumir la responsabilidad viene determinada por el número de testigos que se hallan presentes, a medida que aumentan los testigos disminuye la percepción de responsabilidad (*difusión de la responsabilidad o efecto espectador*).

¿Por qué las personas no quieren ayudar? En un trabajo de Modelo de los costos de la ayuda se pueden considerar que las situaciones de emergencia son excitantes. Esta activación se percibe como desagradable y nos sentimos invitados a reducirla. Por otra parte, la forma en que la prosocialidad coincide casi que anatómicamente con el término de anfíbio cultural; permite que la población que se ve influenciada por la transformación cultural y, por ende, se amolde y entienda la importancia del cambio social. En la técnica publicitaria el conocimiento previo de la “población muestra” permite que de una forma directa el mensaje de comunicación sea entregado de manera efectiva, pero el conocimiento total del grupo objetivo interviene directamente sobre la respuesta o estímulo que este nicho emite.

La particularidad de estos términos y su relación con la publicidad, incidiendo directamente sobre el eslabón más influenciado, permite que la comunicación se desarrolle de manera efectiva, generando recordación a través de las experiencias, repercutiendo en diferentes grupos por medio del anfíbio cultural y aceptado la ayuda común que brinda la prosocialidad. A su vez, integrando todo en una estrategia que compone a la cultura, manifestada por medio de los cuatro locos de Bogotá como vehículo de comunicación e integración social, comparando sus realidades y comprimiendo esto como comparativo social, ayudando a que los ciudadanos de la capital, bogotanos, rolos y cachacos, junto con las nuevas generaciones, entiendan y comprendan la importancia de evolucionar como sociedad y convertirse de nuevo en la gran Atenas suramericana como fue denominada en los años 1940 y 1950 o, ínfimamente, convivir en tranquilidad y equidad.

De esta forma, el lenguaje se constituye como elemento indispensable para que las personas generen una percepción de construcción social dentro de la realidad en que viven. Si existen elementos que lo identifiquen por simple relación de elementos de un contexto diferente a su propio escenario, permite que dicha relación se constituya como el lugar que generen la capacidad, comodidad y confianza de actuar asertivamente frente a sus conciudadanos (Ribero y Pedreros, 2018).

Por lo tanto, la conjunción del significado y el significante que permite encontrar respuestas sobre la relación del mensaje con las personas y su entorno; así como hacer la relación entre el camino que recorre la intención comunicativa desde su interacción con la realidad de los sujetos

desde su propia realidad, sin importar el tiempo y los cambios generacionales. Por eso la trascendencia de los signos, los discursos y las fusiones en el marco de estos cuatro personajes, generar una construcción social de las personas desde lo que conocemos como humanismo cívico, que permite la formación del ser dentro de su propio entorno social desde el reconocimiento de su propio ser en relación con los demás, es decir, interacción (Irizar, 2005).

En pocas palabras, el símbolo y su interacción con lo social genera un sentido prosocial de las personas en su entorno y con los demás. Es por esto por lo que fue la táctica utilizada por el pedagogo Antanas Mockus (2003) que según esta investigación permite una apropiación del mensaje y su correspondiente respuesta asertiva frente a la intencionalidad del mensaje.

Metodología

Las estrategias para analizar esta información y la pertinencia de esta investigación de corte cualitativo y de carácter descriptivo, se basaron teniendo en cuenta las fuentes secundarias (literatura universitaria y periodística, páginas de internet del distrito, artículos publicados en revistas indexadas como Redalyc, Scielo y otras más dentro de esta categoría), trabajos de grado. En ese sentido, consisten en entender el panorama acerca del conocimiento y entendimiento de estos temas desde los escenarios educativos (colegios y educación superior), sociales (artículos, campañas cívicas) y distritales. Todo esto posibilita abordar con objetividad la categorización de cada uno de los aspectos a tratar en este trabajo y de esa forma poder profundizar en los mismos para dar características de los hechos encontrados, todo desde la revisión teórica (Ribero, 2018).

Para poder desarrollar esta investigación se parte de la revisión de antecedentes y referentes teóricos, para terminar con el desarrollo de una encuesta aplicada a un universo de 400 personas dentro de las fechas del 18 hasta el 30 de abril del año 2022, por medio de la plataforma Google Forms. Todas como muestra probabilística que residiera en la ciudad de Bogotá, estudiantes universitarios, tecnólogos y profesionales en las diferentes ramas y ocupaciones, en el rango de edad entre los 17 hasta los 60 años, en donde se pudo evaluar cada variable abordada durante este trabajo con un margen de error del 3,2%.

También, como se puede ver dentro de este artículo, se realizó el análisis de contenido de cada uno de los personajes y su relación con los actores actuales que se exponen al mensaje, con el fin comprender que la formación y la comunicación son elementos esenciales dentro de la construcción de sujetos políticos que permiten la intervención social. Esto, directamente

relacionado con la aplicación de lenguajes en la elaboración de diferentes canales, como claramente son los personajes urbanos, cuyos individuos dentro de lo social representan el desarrollo de las comunidades y su relación con los demás. Implica lo que se quiere aportar en esta investigación: analizar la relación entre el lenguaje y estudios humanísticos, queriendo evidenciar que dentro de los procesos educativos se debe tener en cuenta la elaboración de mensajes que permitan formar personas con sentido social y comunitario; además de la apropiación y rescate de los cuatro locos como patrimonio cultural de la ciudad en las distintas generaciones.

Resultados y discusión

El resultado de la investigación, además de arrojar el análisis del discurso, también obtuvo la indagación sobre el impacto del mensaje, y que sea cruzado con la categoría de investigación prosocial, ya que han trascendido varias temporadas y que todavía continúan siendo utilizadas como elemento comunicativo, que permita la transmisión de información referente al sentido de pertenencia, y la construcción de la cultura ciudadana como elemento referente de la construcción humana dentro del escenario social, estos referentes de construcción simbólica permiten el desarrollo del ser frente a la comunicación que identifica a la sociedad, y que debe ser como elemento identitario dentro de la conformación de imaginarios urbanos.

También en la investigación se pudo establecer la importancia para la cultura de los habitantes, sobre todo, del centro histórico de la ciudad. Allí la representación de estos cuatro personajes genera la identificación de las personas generando empatía frente al mensaje y permitiendo de una forma u otra un sentido pertenencia hacia la ciudad.

Por otra parte, el término *prosocialidad* es reconocido por las personas entrevistadas y hacen parte de la propuesta distrital por la cultura ciudadana. Sin embargo, lo que indica es que su aplicación se encuentra lejana, requiere un poco más de esfuerzo comunicativo para ser más entendido. Teniendo en cuenta el asocio entre prosocialidad y cultura ciudadana, los entrevistados prueban entre distintas combinaciones de premisas relacionadas con los dos términos. Esto arroja que, aunque es una práctica no muy fuerte para ciudadanos de la capital, la cultura ciudadana no está del todo alejada de sus comportamientos, pidiendo entender las combinaciones mencionadas.

Esto se refleja en la respuesta que tienen los encuestados con la aparente poca participación de las alcaldías por estas prácticas tan importantes, quienes resaltan estos comportamientos en los demás integrantes de la población capitalina, citando algunas de las respuestas:

- “Cada acción que conlleve a salvaguardar la vida es de resaltar y más con tanta imprudencia de los ciudadanos.”
- “Porque cada vez se ve muy poco los buenos o positivos comportamientos, ya que muchas veces se piensa en sí mismo y no en los demás, la falta de esto hace ver más pobre a la ciudad, pero ya que algunos ciudadanos lo hacen se debe felicitar, muy poco detienen su camino por extender la mano.”

Ahora bien, continuando con los resultados, los entrevistados han visto por algún medio campañas relacionadas (o explícitas) sobre el tema de cultura ciudadana, entre las cuales se destacan por su gran ejecución y concepción:

- “Salvar la vida”.
- “Recomienda el sentido de la sexualidad responsable”.
- “Motos y pollos”.
- “Los anuncios y propaganda que realizaban y la campaña en calle”.
- “Fueron campañas que usaron, en algunos casos, el humor, en otros la vergüenza, para enseñar a los ciudadanos las actitudes y comportamientos correctos para ciertas circunstancias”.
- “Incentivaron el buen comportamiento ciudadano”.
- “De cómo los mimos sin ser acosadores o groseros hacían actos inadecuados y las personas reaccionan de buena forma con pena o corrigiendo su actitud”.

Los locos de Bogotá, son personajes que en los años 1940 generaron gran importancia para la sociedad capitalina, en las décadas de 1970 hasta la de 1990 su participación en el algo popular fue muy trascendente. Mientras tanto para las nuevas generaciones estos símbolos se están perdiendo por la falta de recordación del mensaje, en ciertas ocasiones se busca interactuar con estos elementos en publicidad, en eventos y en interacciones con los demás dentro del contexto académico, pero también como elemento significativo en cuanto la recordación histórica de iconos. Esto permite generar atracciones turísticas de una ciudad, que clama constantemente representar más a sus figuras en una industria como la publicidad y el turismo, mismas que a su vez son importantes y que representan grandes ingresos a Bogotá.

Conclusiones

A partir de la información primaria y secundaria recolectada durante la investigación, se puede decir que para plantear estrategias comunicativas el basarse en las fuentes substitutas como las anteriores, y otras más de las cuales se hace referencia a lo largo de este artículo; permite ver el impacto de estas variables (locos, prosocialidad y cultura ciudadana) en los diferentes entornos; así como los actores que hacen posible este trabajo tenga una viabilidad. Lo anterior, debido a que el contexto de la cultura ciudadana se ha deformado a lo largo de las alcaldías posteriores a la primera ejercida por el Dr. Antanas Mockus Šivickas (2003) y el concepto de prosocialidad es cada vez menos conocido pues se confunde con altruismo.

Desde las revisiones bibliográficas se encuentra que la articulación de la cultura popular, la ciudadana y la prosocialidad se han ido separando. Entonces, es posible recuperar el patrimonio histórico y cultural que se ha venido perdiendo por falta de difusión por medio de una comunicación asertiva, desde las aulas escolares hasta el retrato mismo de las nuevas generaciones y la “universalización” de las creencias y costumbres, olvidando la riqueza de la ciudad.

Con la migración hacia las grandes ciudades, muchos de sus habitantes se han ido acomodando a sus necesidades, dejando de lado el amor por la ciudad y sus cuidados. Hechos como evadir el pago del pasaje en el transporte público, arrojar basura en las calles, ser indiferentes ante la ley, no ayudar al prójimo, el individualismo y las malas costumbres producen un mal resultado en temas de convivencia y de apropiación de los espacios en común.

En este campo de investigación se indaga la posibilidad de transformar a la sociedad capitalina utilizando los valores y actos positivos en incentivos de cambio; es de ahí donde el concepto *prosocialidad* cumple un valor importante, donde personajes de la cultura social bogotana servirán como referentes positivos, para motivar a los habitantes de la ciudad a adoptar cambios favorables para la capital. Lo anterior, por medio de la imagen y problemáticas que rodean a cuatro personajes en particular: Margarita Villaquirá Aya (La loca Margarita), Luis Antonio Chivas (el negro Chivas), Pomponio (Manuel Quijano Guzmán) y Antoñin (el Bobo del Tranvía).

Referencias

- Arias, N. y Sánchez, L. (2017). Lo humano en la calidad y la evaluación de la Educación Superior. En B. Aurelia et al. (Coords.), *Educación y Universidad ante el Horizonte 2020* (Vol. 2, pp. 219-232). Universidad de Sonora.
- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bejarano, D. y Zúñiga, Ó. (2022, marzo 14). *La prosocialidad en Bogotá a través de los 4 locos de Bogotá, teniendo en cuenta los tres principios básicos: comunicación, moral y cultura heredados de la cultura ciudadana*. CAM. <https://cam.libertadores.edu.co/la-prosocialidad-en-bogota-a-traves-de-los-4-locos-de-bogota-teniendo-en-cuenta-los-tres-principios-basicos-comunicacion-moral-y-cultura-heredados-de-la-cultura-ciudadana/>
- Carlo, G. & Randall, B. A. (2002). The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 31, 31-44.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general* (5ª ed.). Lumen.
- El Tiempo. (2007, agosto 6). *Historia de cuatro locos que hacen parte de la historia de los años 40 en Bogotá*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3669359>
- Freire, S. (2008). Um Olhar Sobre a Inclusão. *Revista de Educação*, 15(1), 5-20.
- Hall, S. (1996). Stuart Hall. *Information Theory*, 130.
- Hernández, A. (2005). Conducta altruista vs. conducta prosocial: ¿por qué a veces ayudamos a las personas y otras veces no? *Revista Digital Efdeportes*, 10(81). <https://www.efdeportes.com/efd81/conducta.htm>
- Irizar, L. (2005). En defensa de la persona humana la fundamentación de los derechos humanos a partir de la antropología del humanismo cívico. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, (8).
- Kuehl, P., Anderson, T., Candelaria, G., Gershman, B., Harlin, K., Hesterman, J., Holmes, T., Hoppin, K., Lackas, C., Norenberg, J., Yu, H. & McDonald, J. (2012). Regional Particle Size Dependent Deposition of Inhaled Aerosols in Rats and Mice. *Inhalation Toxicology*, 24(1), 27-35.
- Ladrière, J. (1984). *L'Articulation du Sens*. CERF.
- Maritain, J. (1999). *Humanismo integral* (Vol. 11). Palabra.

- Martin-Barbero, J. (2000). Ensanchando territorios en comunicación/educación. En C. Valderrama (Ed.), *Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías* (pp. 101-113). Siglo del Hombre.
- Masschelein, J. y Simons, M. (2014). *Defensa de la escuela. Una cuestión pública*. Miño y Dávila.
- Mattelart, A. (2007). *Historia de la sociedad de la información*. Paidós.
- Mockus, A. (2003). Cultura ciudadana y comunicación. *Revista La Tadeo*, (68).
<https://www.facativateamo.com/pdf/mokus.pdf>
- Ribero, F. y Pedreros, J. (2018). *Comunicación política: una aproximación al modelo de análisis de la comunicación política en redes sociales desde la publicidad*. Universidad Sergio Arboleda.
- Solórzano, G. (2008). El hombre, un ser integral. *Foro de Educación*, 6(10), 347-367.
- Verton, D. (2000). Electronic government. *Computerworld*, 34(35).
- Violi, P. (1991). *El infinito singular* (Vol. 2). Universitat de València.