capital
#CapitalEsCapital

capitalbooks

Dirección de Publicación: Capital Books
Textos: Mario Dávalos y Camilo Venegas
Diseño: Capital DBG (capitaldbg.com)
Impresión: Serigraf (www.serigraf.com.do)

#CapitalEsCapital
www.capitaldbg.com

ISBN 978-9945-8890-3-1

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación en cualquier formato o medio, sin previa autorización del director de la publicación o titular de los derechos de autor.

© Capital DBG 2018

capital
#CapitalEsCapital

Capital observa la capital.

Mario Dávalos
CEO Capital DBG
Marzo 2018

Las ciudades pueden hacerse invisibles, sobre todo para los que viven en ella. Como ciudadanos, recorremos los interiores de la ciudad como lo haríamos en las vísceras de un gran monstruo, desconectados de la dimensión y la complejidad del sistema que se levanta alrededor de nosotros. La ciudad es un ecosistema diseñado exclusivamente para humanos y poco a poco va desplazando todos los demás hábitats del planeta. Dentro de este flujo continuo de ciudades que van surgiendo una tras otra, las capitales son el núcleo socio-político y comercial; son el centro de las actividades que definen nuestra sociedad como la conocemos. En ellas se toman las decisiones que alteran nuestro futuro; la economía, la arquitectura, el comercio y las necesidades de transporte, entretenimiento y alimento, todas mutan en el corazón de las capitales del mundo.

Igualmente, el crecimiento de las ciudades tiene un impacto directo en la composición de la percepción de nuestra identidad; Santo Domingo destila nuestra esencia y sintetiza lo mejor y peor de nosotros. Santo Domingo, en gran parte, define quiénes somos, cómo nos relacionamos con el entorno y con las instituciones, sociales o empresariales, que la componen. Casi 40% de la población dominicana habita en el Gran Santo Domingo y el desplazamiento desde los campos a la ciudad es un fenómeno que no da señales de parar.

La complejidad de la capital viene de la diversidad y la fragmentación de espacios; la capital es un tribu compuesta por muchas tribus que interactúan unas con otras dentro del marco urbano. Para nosotros poder identificar y descifrar los códigos que mueven Santo Domingo, es esencial para satisfacer la curiosidad que nos caracteriza y para comprender cómo los ciudadanos (evitamos el término “consumidor”) se relacionan con nuestro trabajo y nuestros clientes.

En febrero de 2016 realizamos una encuesta entre nuestros empleados. Juntos analizamos más de 100 respuestas e identificamos las coincidencias, los puntos de contacto recurrentes y las variables que conectan la ciudad, los ciudadanos y percepción de identidad. El resultado fue sorpresivo: el colmado, los parques, lo puentes, el sonido, el color, el mar, la fritura, el cabello, el pollo y el motor. Lo interesante de estos resultados es que como conjunto, conectan con las actividades primarias de los ciudadanos: entretenimiento, alimento y transporte. Siendo "salud" el sorpresivo ausente.

Este libro no es un análisis científico ni un enunciado concreto sobre nuestra ciudad capital. Esta publicación, la sexta de Capital Books, responde a dos actividades propias de Capital: la observación como metodología y la expresión artística como conector de estas observaciones. El primero es parte esencial de quiénes somos como empresa y la manera en que vemos nuestro oficio. Desde la observación nacen los **Insights**, los patrones y las tendencias. Estamos convencidos que en medio de la era digital, la observación como disciplina, es más necesaria que nunca. Los paradigmas de la comunicación cambian. Los formatos cambian. Pero las emociones y necesidades humanas prevalecen. Por otro lado, Capital cree firmemente que en el siglo XXI la necesidad de "publicistas" en el sentido tradicional y estricto de la palabra, está obsoleta. Creemos que nuestros equipos deben estar compuestos por artistas, escritores, cineastas, diseñadores, sociólogos, urbanistas y economistas, o por lo menos, estar siempre rodeados de ellos. Este trabajo es un ejercicio sociológico pero también una expresión artística de colaboradores y artistas invitados.

Seguimos adentrándonos en una era especial para la humanidad, donde las profecías de inteligencia artificial y automatización comienzan a hacerse realidad. Así que, en este contexto, nos parece apropiado y mandatorio observar la ciudad, observarnos unos con otros y observarnos nosotros mismos en el espejo del gran Santo Domingo.

CONTE

INTRO		08
01	EL COLMADO	10
02	LOS PARQUES	24
03	EL COLOR	54
04	EL MOTOR	70
05	EL POLLO	88

ENIDO

06 EL CABELLO 104

07 EL SONIDO 124

08 LOS PUENTES 138

09 EL MAR 148

10 LA FRITURA 160

La Capital de los dominicanos: Las identidades de un lugar que aún busca su identidad

Camilo Venegas
Marzo 2018

"Para empezar conviene
desbrozar una brecha,
abrir una red de caminos
en esta confusa selva;
convertir los
'real maravilloso'
en maravilloso real".
Edmundo Desnoes

Primero le cambiaron el lugar y luego el nombre. Tuvo que resistir ataques de piratas y ejércitos extranjeros, soportó el abandono de la colonia, la furia de los ciclones y la desidia de los dictadores. Eso la convirtió en una sobreviviente, en un lugar encerrado en sí mismo.

Permaneció durante décadas como una de las ciudades más modestas de la región. Luego, en apenas veinte años, se produjo en ella un "gran cambio", como lo ha definido el historiador Frank Moya Pons, y creció de una manera desorbitada y caótica hasta convertirse en una gran urbe.

Solo los mapas y las señales de tránsito la llaman por su nombre. Nadie usa su gentilicio. La inmensa mayoría de los nacidos en ella se reservan el sentido de pertenencia para el lugar de origen de sus padres. Aunque el 40% de la población del país vive en ella, para muchos no es más que su lugar de trabajo o un dormitorio.

Este libro no está dedicado a Santo Domingo de Guzmán, la villa fundada por Bartolomé Colón el 5 de agosto de 1498. Tampoco a la ciudad que sobrevino en los siglos posteriores. Aquí no se visita un lugar sino sus posibles significados. Aquí no se busca, se sale al encuentro.

Capital DBG está conformada, como reconocen en un **Manifiesto** que dieron a conocer recientemente, por "artistas, impulsados por una invencible necesidad de crear y la capacidad de pensar abierta y orgánicamente. Empresarios, motivados por resultados concretos y sistemas bien estructurados".

Este libro es la mayor prueba de lo que quiere decir con eso el equipo de Capital y sus líderes creativos: Mario Dávalos, Maurice Sánchez y Ángel Rosario. Tanto la empresa (y me refiero a "la acción o tarea que entraña esfuerzo y trabajo", no a la entidad a la que pertenecen), como con la ciudad en la que viven y producen sus ideas, lo merecían desde hace tiempo.

La perversidad de inventarse una identidad

Muchas publicaciones, la inmensa mayoría de las guías turísticas y algunos integrantes de la "élite" que genera opinión en la sociedad dominicana actual, han tratado de inventarse una identidad para Santo Domingo que responda a sus intereses económico y de clase.

Si uno hojea esas publicaciones y guías o escucha a esos "opinadores", comprobará que solo se refieren a un ínfimo territorio de la ciudad y a una mínima parte de sus habitantes. El resto, la inmensa mayoría de los que la viven y definen, es ignorada o permanece invisible.

Lo que creemos ver, lo que creemos que hay y lo que creemos que pasa en la ciudad es solo una perversa ilusión que se aleja cada vez más de la realidad. Cuando alguien revise esas páginas dentro de 30 años, dará con un Santo Domingo y unos dominicanos que nunca existieron.

La imagen física de la ciudad y de los que son retratados dentro de ella, es, además de falsa, excluyente y cínica. Esa mentira y ese autoengaño han hecho una metástasis tan acelerada en los últimos años, que ha salido de las páginas y los discursos para ocupar los espacios públicos a modo de grotescas vitrinas, donde se exhibe y se ostenta la identidad que se quiere jerarquizar y, sobre todo, aparentar.

La Capital de Capital es capital

El gran valor de Capital es capital, además de la diversidad de recursos y lenguajes a los que se acuden para abordar las identidades de Santo Domingo, es la honestidad de los artistas que participan en el proyecto. Ninguno parece dispuesto a negociar su punto de vista ni a "embellecer" los resultados de su proceso creativo. Hace unos años, la Alcaldía del Distrito Nacional (quien gestiona el corazón de la "capital económica y cultural del Caribe") convirtió un antiguo zoológico en un parque lleno de luces. Ese era, según reconocieron en su momento, su mayor contribución al bienestar y la felicidad de los más vulnerables de la ciudad.

En lugar de atender las necesidades más apremiantes y los problemas más urgentes de esa población (que es, dicho sea de paso, la inmensa mayoría de los que habitan la ciudad), optaron por camuflar esas oscuridades con el resplandor de miles de luces.

En **Capital es Capital**, esa inmensa mayoría es reconocida a partir de algunos de sus signos de identidad. Nada se disfraza, nada queda oculto, lo mejor y lo peor sale a la luz a través del arte. Eso sí, la claridad inteligible que aporta este libro sobre Santo Domingo, puede ser entendida por alguno como una oscuridad impenetrable.

Los ejes que mueven a la Capital

Este proyecto comenzó por una encuesta. Sus ideólogos le preguntaron al equipo que forma parte de Capital (la agencia) cuáles eran los elementos que definían a la Capital (la ciudad). Las palabras halladas se convirtieron en los ejes temáticos del proyecto.

El mar, las frituras, los colores, los motores, los sonidos, los parques, los colmados, los puentes, los picapollos... La relación de los que viven en la ciudad con esos elementos se convierte en el "mapa del tesoro", en la manera de acceder a lo que está tan a la vista que ha quedado oculto. No hay en este libro espacio para la prepotencia de las torres de vidrio ni para la obscenidad de algunos de los espacios públicos preferidos por la élite que trata de imponer una falsa identidad. Tampoco tuvieron cabida aquí las creencias y los ritos que merecen feriados y desfiles.

Los ejes que mueven a la Capital de Capital son los mismos que mueven a casi cuatro millones de habitantes durante todos los días de su mundo. Si se mira a la ciudad desde el mar, se verán los mismos colores y se escucharán los mismos sonidos que aquí se reproducen.

Un punto y aparte

La identidad que han tratado de inventarse para Santo Domingo las publicaciones, la inmensa mayoría de las guías turísticas y algunos integrantes de la "élite" que "opina" en la sociedad dominicana actual, ha generado un abismo entre la percepción que ellos tienen de la ciudad y la realidad. **Capital es Capital**, propone un punto y aparte, crea un espacio público, mucho más habitable y conciliador que los parques actuales, donde se puedan compartir ideas, puntos de vista y conclusiones sobre una ciudad que es, por encima de todas las cosas, la imagen más honesta de los que la viven.

Uno de los primeros proyectos que llevaron a cabo Mario Dávalos, Maurice Sánchez y Ángel Rosario, quedó inconcluso. Se llamó "El fósil" y actualmente se exhibe en la colección permanente del Centro Cultural Eduardo León Jimenes. Se trata de una motocicleta atrapada en ámbar, como los insectos de La Española prehistórica.

Una de las recurrentes crisis económicas que ha padecido el país, hizo inviable la terminación de "El fósil". No fue posible cubrir totalmente de resina la motocicleta. Aun así, la obra consigue su principal objetivo, que es reconocer un signo de identidad y revelar la trascendencia de algo que se niega, menosprecia o subvalora. Por eso, **Capital es Capital** pudiera verse como la culminación de "El fósil" o, mejor aún, como su continuidad. En su reciente **Manifiesto**, el equipo que lideran Mario, Maurice y Ángel aseguran que "nada es imposible", con la audacia de este proyecto argumentan su afirmación.

Para verte mejor, Santo Domingo

En el ya lejano 1972, la editorial Siglo XXI publicó el libro **Para verte mejor, América Latina**, con fotografías de Paolo Gasparini y textos de Edmundo Desnoes. Entonces, los autores del volumen veían al continente como un "vasto campo de batalla" donde se producían constantes confusiones. La primera tuvo lugar el 29 de octubre de 1492, cuando Cristóbal Colón comienza a navegar por el Caribe "con el mapa de Cipango en la cabeza". Apenas seis años más tarde su fundó Santo Domingo y todo lo que vino después ya es historia.

Este libro se llama **Capital es Capital** en homenaje al mayor halago que los que viven en Santo Domingo le prodigan a la ciudad. También pudieran llamarse como el volumen de Gasparini y Desnoes. Todos los contenidos que aquí se reproducen, sean en el formato que sean, están pensados para que veamos mejor a Santo Domingo.

Solo por eso, este documento es invaluable, incontestable.

El término “colmado” se deriva del verbo “colmar” (llenar hasta el borde).

EL COLMADO

El colmado fue de los primeros negocios del país en trabajar 7 días a la semana.

Los colmados en la capital venden casi un 50% más que los de el resto del país.

FUENTE: "El Colmado" por Gerald F. Murray. Fondomicro.

El colmado fue el gran promotor del delivery, afirmándose como uno de los principales medios comerciales en el período 2000-2004.

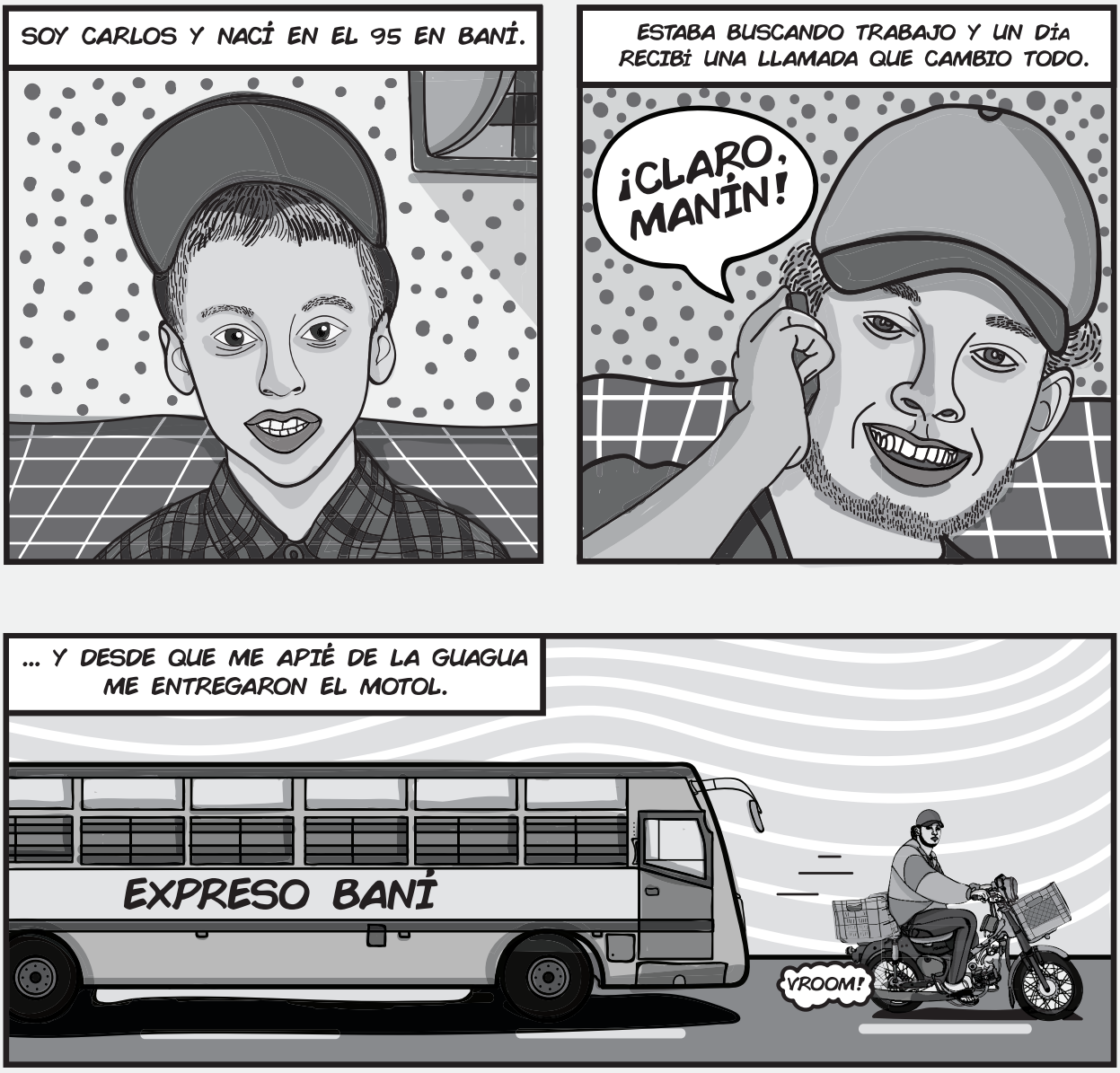
Los colmados siguen dominando el negocio de comidas y bebidas en la República Dominicana porque hay amplios sectores que no disponen ni de vehículo para desplazarse, ni de dinero para hacer compras grandes.

FUENTE: "El Colmado" por Gerald F. Murray. Fondomicro.

La Historia de un delivery

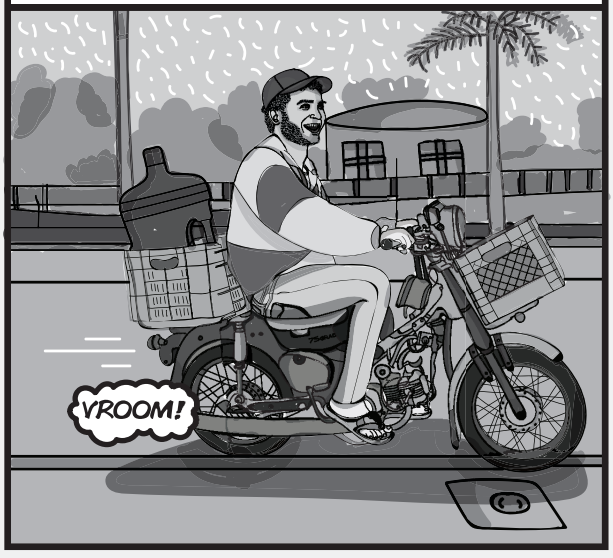
Katherinne Sánchez @katillasanz
Betty Espinal @bbespinal
Karina Nova @iammunkee

LA HISTORIA DE UN DELIVERY


SOY CARLOS Y NACÍ EN EL 95 EN BANÍ.
ESTABA BUSCANDO TRABAJO Y UN DÍA RECIBÍ UNA LLAMADA QUE CAMBIO TODO.
¡CLARO, MANÍN!
... Y DESDE QUE ME APIÉ DE LA GUAGUA ME ENTREGARON EL MOTOL.
EXPRESO BANÍ
VROOM!

RECUERDO EL DÍA QUE LLEGÓ MIGUEL AL COLMADO CON EL PANTALÓN TO' DEBARATAO Y CON LA CARA COMO UN PAPEL.

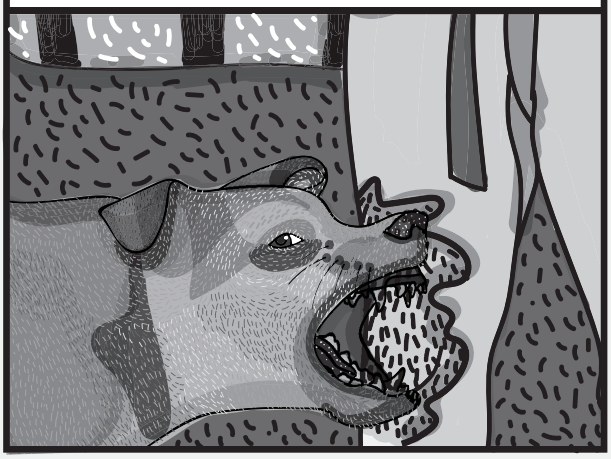
ME CONTÓ QUE IBA TRANQUILO LLEVANDO UN PEDIDO...



... Y CUANDO ESTABA LLEGANDO APARECIÓ UN PERRO GIGANTE QUE COMENZÓ A PERSEGUIRLO Y A JALARLE LO PIE.

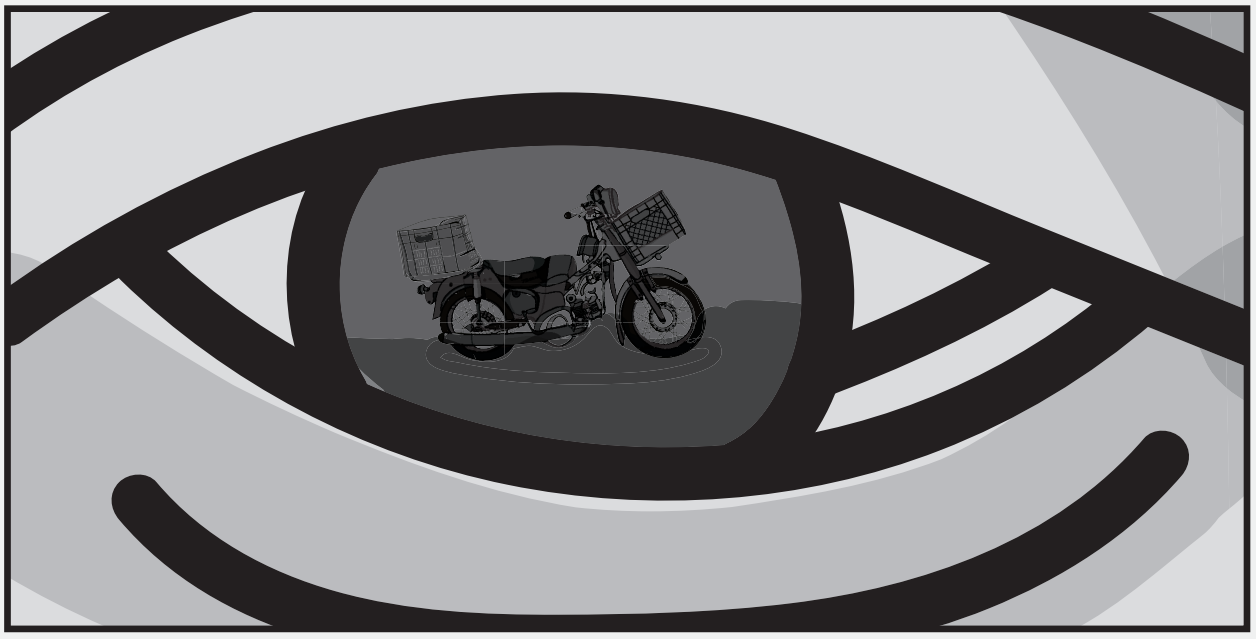
LE DIO UNA PAQUE LO DEJARA TRANQUILO Y EL PERRO SIGUIÓ IGUALITO.

EL PERRO LO JALÓ Y LO MORDIÓ CON TÓ Y PANTALÓN Y ASÍ FUE COMO TERMINÓ DECACARAO Y SIN PODER ENTREGAR LO QUE LLEVABA QUE YA HABÍAN LLAMADO COMO 10 VECES AL COLMADO.



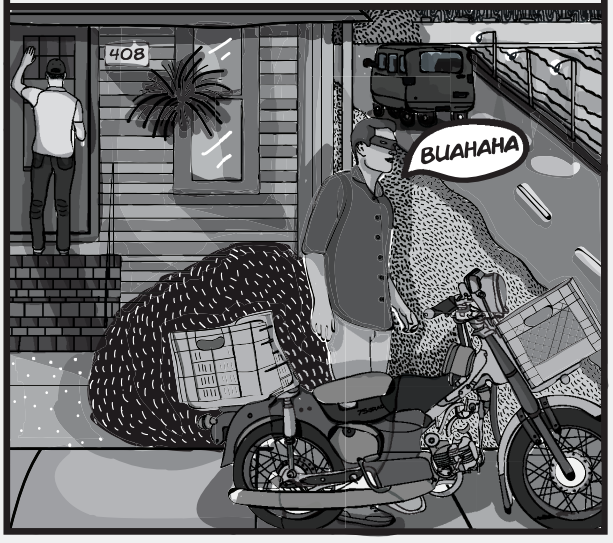
TAMBIÉN RECUERDO EL DÍA QUE ME TOCÓ SUBIR 20 BOTELLONES A UN PISO 16...

EN ESE MOMENTO ME IMAGINÉ QUE EL MOTOR SE VOLVÍO UN TRINEO Y LOS BOTELLONE ERAN LOS REGALOS PA' DAR UN SOLO VIAJE.



OTRA HISTORIA FUERTISIMA, FUE CUANDO A MI AMIGO LUI' FUE A DEJAR UN PEDIDO AL 408 Y DEJÓ EL MOTOR PARAO' AFUERA...

...MIENTRAS ÉL ENTREGABA EL PEDIDO, UN LADRÓN SE LE LLEVÓ EL MOTOR.



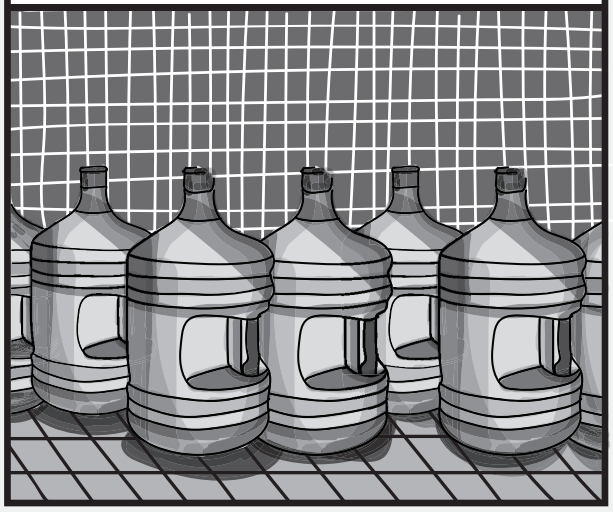
CUANDO MIRÓ PA' TRÁ... ¡MOTOR A DONDE!
408
VROOM!

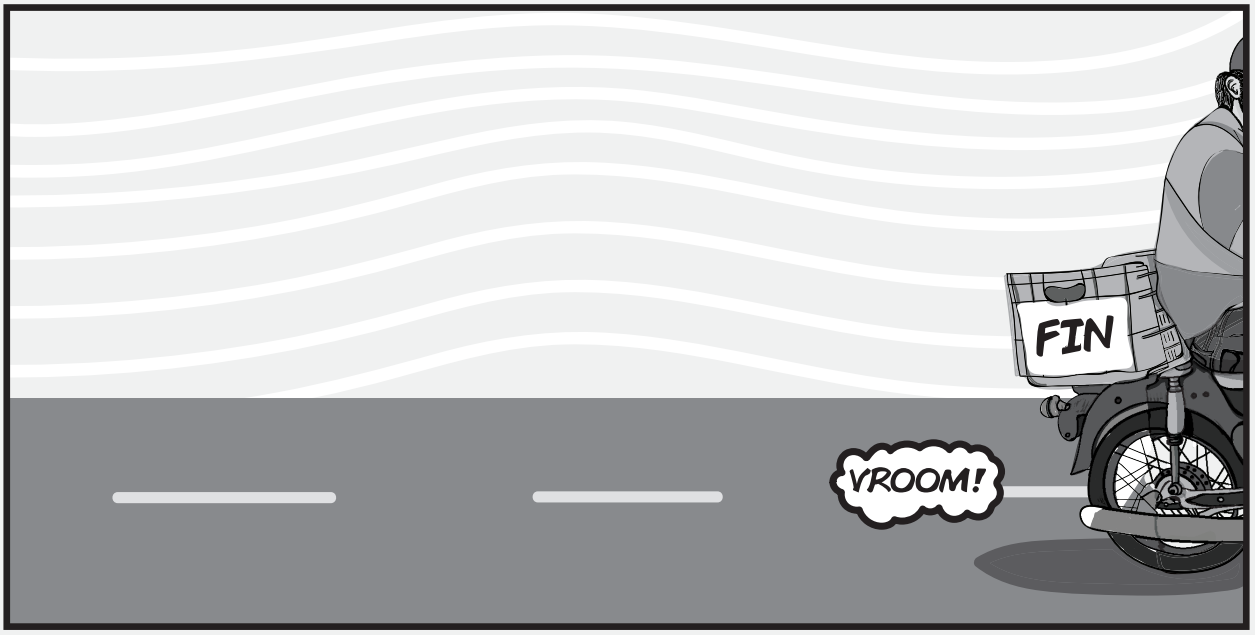
¡AY MI MADRE Y AHORA COMO SE LO DIGO AL JEFE!

CUANDO LLEGÓ AL COLMADO SE LO DIJO AL JEFE. A ÉL NO LE GUSTO MUCHO NO. PERO FUE A LA POLICIA A REPORTAR EL ROBO.

LOS SIGUIENTES DÍAS DESPUÉS DEL ROBO LUI' REPARTIÓ LOS PEDIDOS EN BICICLETA. Y A LAS DOS SEMANAS EL MOTOR APARECIÓ.

Y ASÍ PASAMOS LOS DÍAS EN EL COLMADO DE PEDIDO EN PEDIDO, DE BOTELLÓN EN BOTELLÓN.





La mayoría de parques urbanos se han convertido en plazas de cemento.

LOS PARQUES

En el DN hay más de 32 parques recreativos, muy pocos con verdaderas áreas verdes.

El Parque Mirador Sur, el más importante de la capital, fue creado en 1970 y se extiende con más de 6km de longitud.

Plaza Juan Barón

Jaime Guerra
Oscar Chabebe

@elmaremoto
@oscarchabebe

Escanea este Código QR
para visualizar el video

Kawasaki

Nocturno de Juan Barón

Dedicado a Rubén Lamarche

El viejo caballo recibe otro latigazo
que hace volar de su piel mugre e insectos,
el cochero repite casi cantando:
Anímate **animae**, **anímate animae.**
El débil jamelgo ahora trota junto al mar,
tren bala de Santo Domingo.

90 lingotes de cemento de 2 metros cuadrados
pesan mucho menos que dos ancianos muy flacos
que pasean agarrados de manos y se toman fotos.
Parecen aves de rapiña.

Muchachas ríen de una pareja que se besa,
una adolescente hace yoga
y ejercicios de e s t i r a m i e n t o .

El cielo de un azul muy puro,
sin una sola nube,
despeja las sombras de todo.

Todo viaja,
es un mundo muy *veloz*,
como dijo un poeta francés:
La luna no guarda rencor alguno.

El Parque y la Jaula

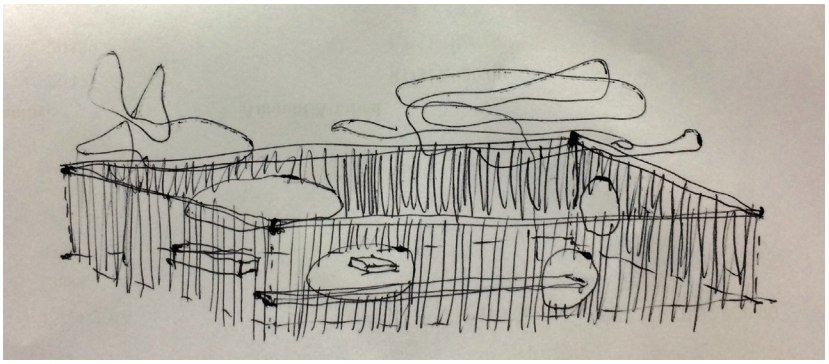
Pachy Núñez
Salvador Pérez

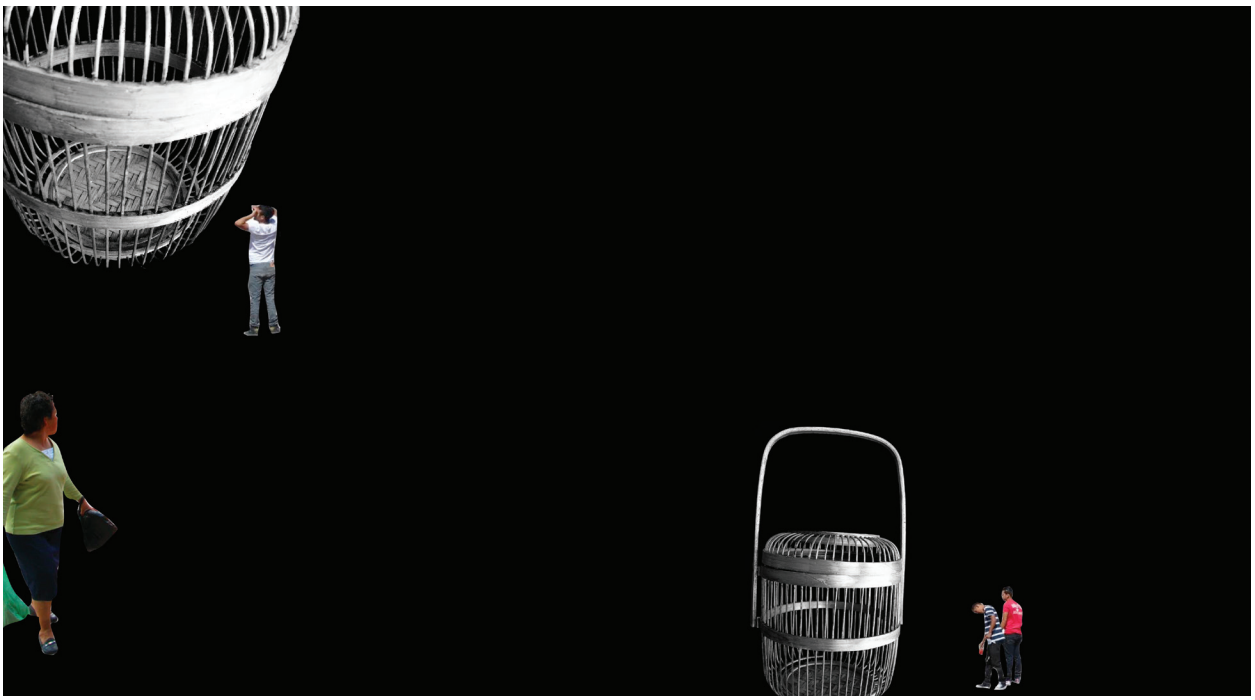
@pachinunez
@salvadorperezchavez

Muchos de los parques de la Capital han corrido la suerte del resto de sus espacios públicos. Han pasado por el colador de la desnaturalización, han sido enjaulados en pos de una supuesta intención de preservación. La gente desde afuera, pasa y los observa pero no los usa, son lejanos, pocos se atreven a cruzar el límite de sus rejas y ocuparlo. La capital necesita sus parques de vuelta, abiertos, libres, variopintos: Espacios de descompresión, de vida.

PARQUE
nombre masculino
1. Terreno acotado en núcleos rurales o urbanos, generalmente con plantas y árboles, destinado a usos diversos, especialmente al recreo público.
2. Lugar en el que hay instalaciones destinadas a un uso o servicio determinado.

JAULA
nombre femenino
1. Caja para encerrar o transportar animales, cuyas paredes son alambres, barras o listones separados entre sí. "Se ha roto un barrote de la jaula de los leones; en el jardín tiene una jaula con más de veinte pajaritos".





Parque Duarte Jeremy García @jeremygarciag

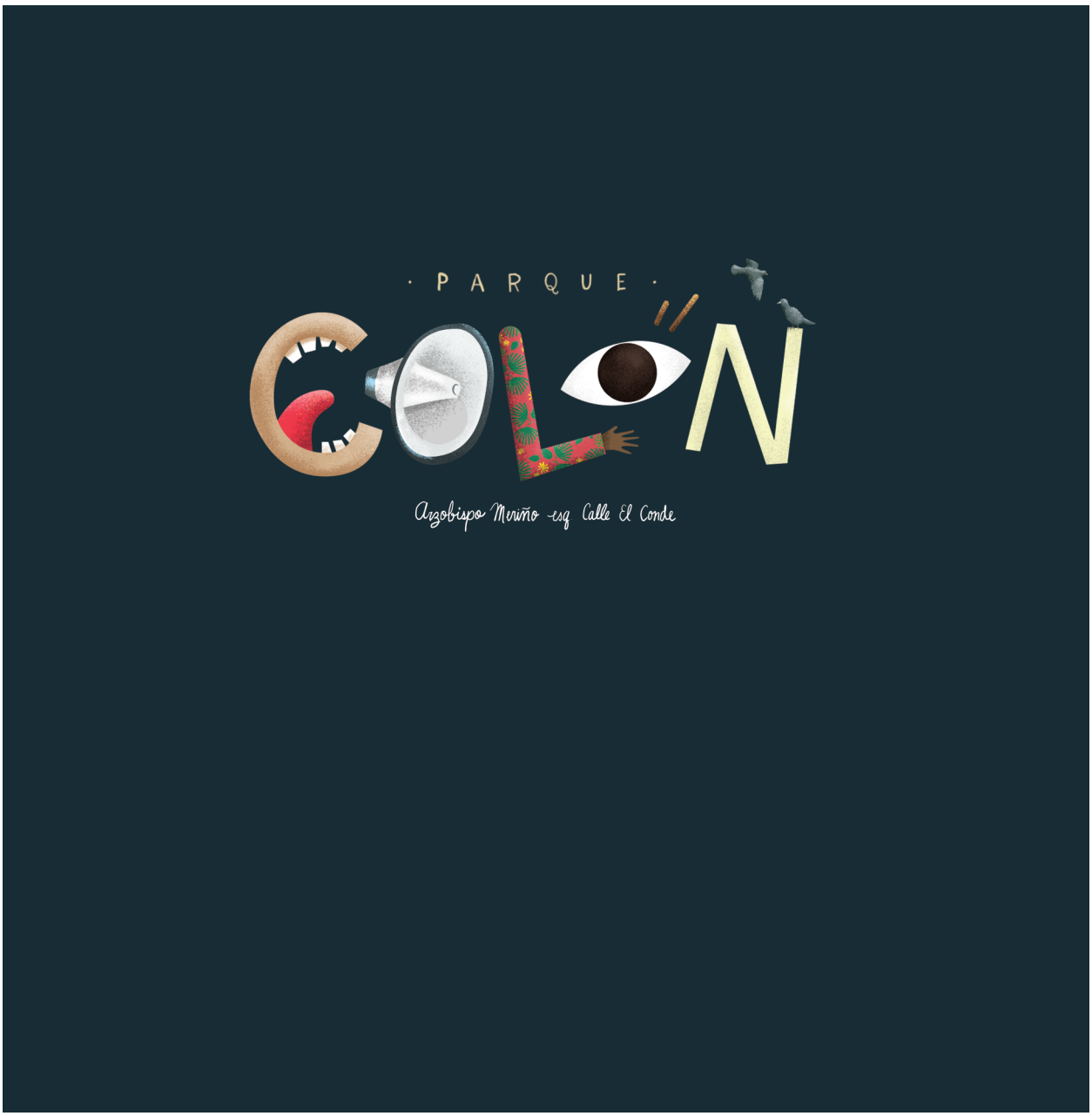
Turismo
S-386
Servitur
809-331-2093

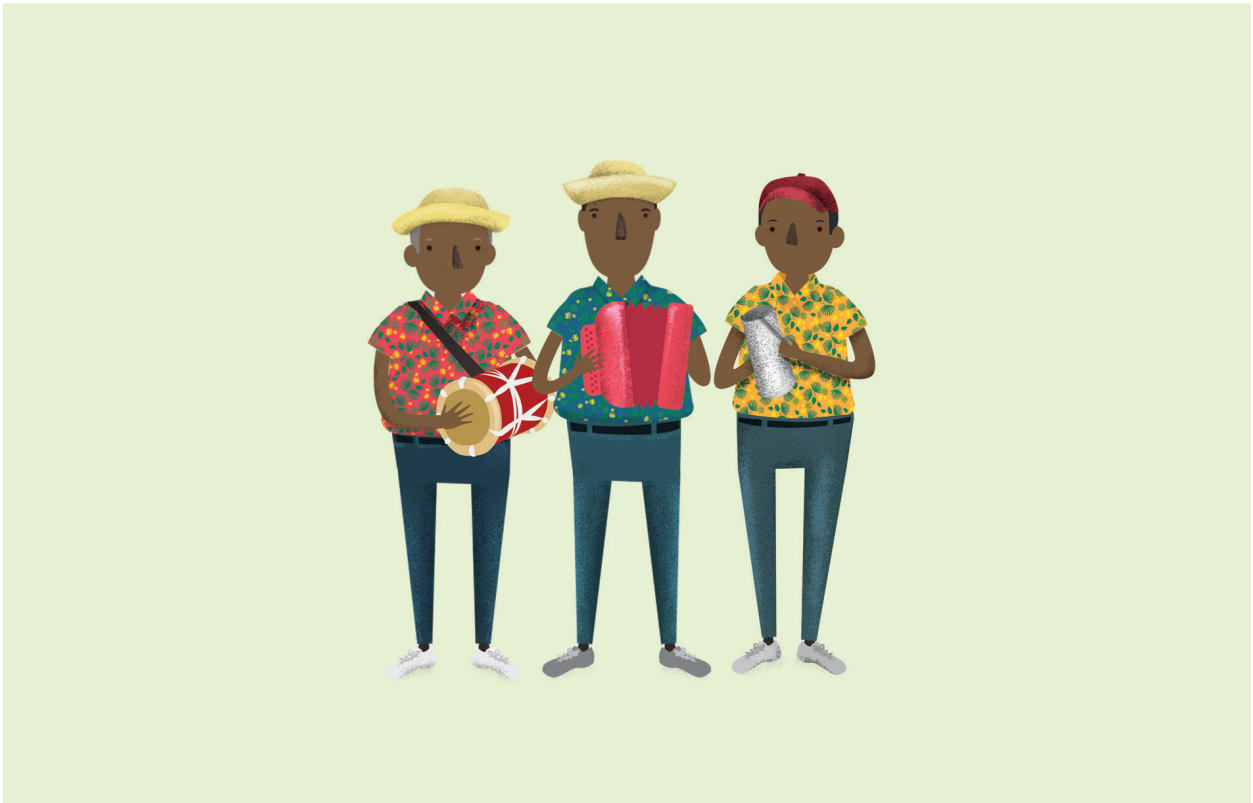
Scotiabank

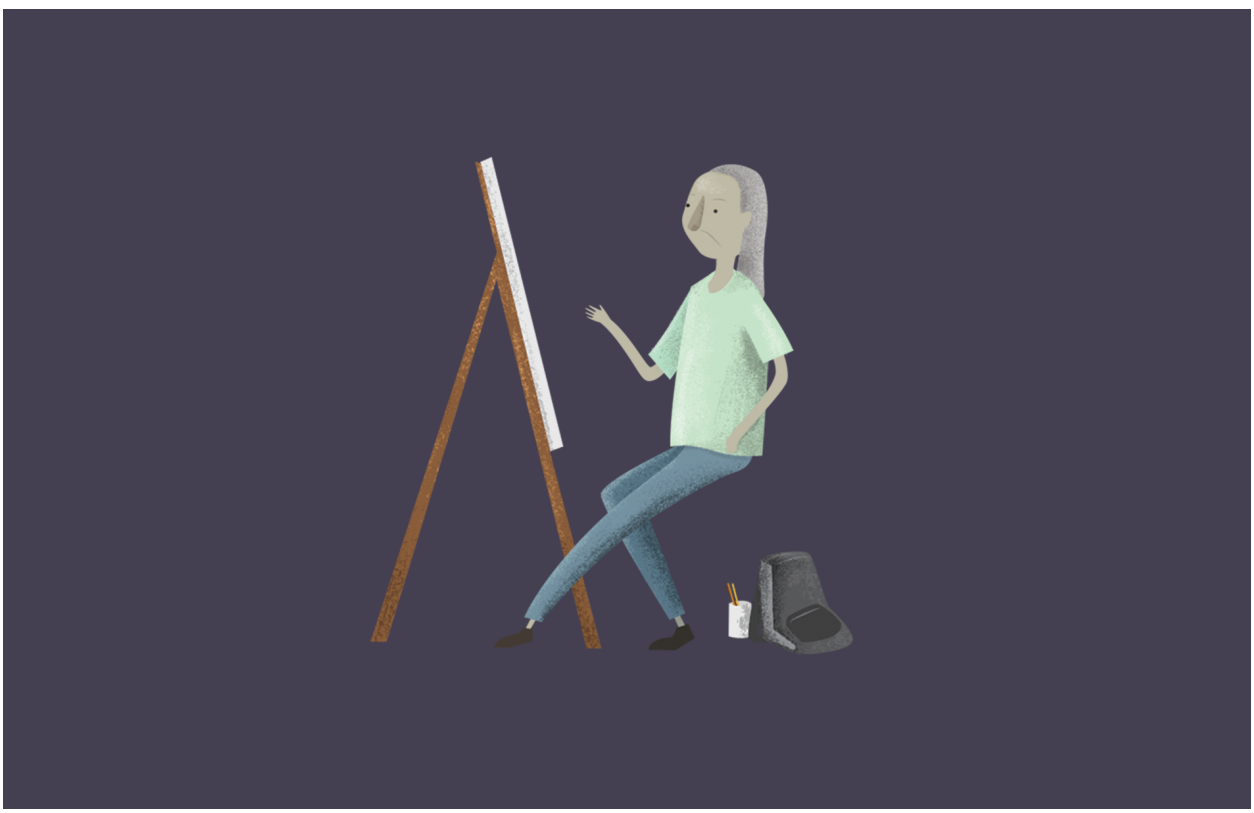
Wendy's

Parque Colón Shirley Hernández Ticona @shirleyhdez

Escanea este Código QR
para visualizar la animación







Parque Duarte Yin Lai Trinidad @yinilai

Una propuesta formal (o una carta de amor)

Thaís Espaillat @thaisespaillat

Para Santo Domingo

¿Para qué sirven los parques
de esta ciudad?
No son un pulmón,
ni una vía de escape,
tampoco un pequeño laberinto
con muchas pocas salidas
a alguna calle siempre familiar,
a alguna avenida gris,
una repetición de troncos
o ruedas
o ruedas apiladas como troncos
para nadar ahí, en la oruga,
y llegar a algún otro parque
que no de a ninguna calle.
Sólo a un balcón azul marino
o a un balcón que sólo existe cuando
atardece.
El parque,
las hojas llenas de fuego
o fresas
o cadáveres de cajuil
o guayabas partidas por mitad.
Sangre de alguien lejano
que viene todas las tardes
a morir en la grama.

¿Cuántos parques
hay en esta ciudad?
Ahora mismo recuerdo
uno,
dos.
Sólo tres.
Porque tienen dueño.
Y las luces
¿del sol o de las lámparas?
Recuerdo cuatro.
Cinco,
seis parques.
Siete.
Esto no iba a escribirse así.
Quería proponer
algún octavo, noveno, décimo parque
para poder saludar a la gente
Hola-cómo-estás-mira-ayer-esta-flor-no-estaba-la-trajiste-tú
Hola-viste-hay-un-nido-gigante-en-ese-árbol-pequeño-no-no-he-visto-huevos-aquí-no-vive-nadie

Un parque lleno de frutas
que se alcancen con un movimiento
suave del hombro-codo-mano,
y chorrea el jugo en la grama
y un ave recoge el jugo.
Gracias por el dulce,
nos diría
y el sonido rebotaría
en nuestras caras llenas de mango,
de chinola,
dedos de aguacate,
pies llenos de zanahoria
y lechuga
y yuca.
Un parque
y no más carritos presos en los supermercados.
Filas largas afuera del parque.
Ya no hay más papas, vengan mañana.
Y el aluminio diría
Está bien,
vuelvo,
y las manos dirían
gracias parque,
gracias ciudad.
Y los pies llegarían a casa
y las bocas dirían
gracias por los plátanos,
gracias por los ajíes,
las cebollas,
el ajo.
Gracias, parque.
Gracias, ciudad.

Un parque en el que nadie te diga adiós,
otro donde puedas sentarte a leer
lo que escribiste en el parque de al lado
donde vives tú
y toda la gente una encima de la otra
pasándose la comida
del parque anterior al anterior
por la ventana
con una sonrisa que se mira desde el
balcón azul marino.

Un parque donde siempre sea de tarde,
ya lo había pedido.
Es lo único que quiero,
que no hayan mosquitos,
que no huela a basura,
que no me de ganas de huir.

Un parque que ya no tenga dueño,
que nunca sea mío,
ni tuyo,
ni de él,
ni de ella,
ni de los árboles,
los pájaros,
los aviones,
las palabras que ya están sobrando.
Lo pido de rodillas,
con cabeza-avestruz,
por favor,
un solo parque
al que no venga nadie
a robarme las naranjas.

El color tiene un impacto psicológico directo en nuestras experiencias sensoriales.

EL COLOR

03

De acuerdo a Kevin Lynch, la lectura de una ciudad es el criterio más importante en la calidad del paisaje urbano, y el color es el

elemento más importante en la unión de los espacios y la autenticidad de su identidad visual.

Colores del patio

Katherinne Sánchez	@katillasanz
Eduardo G. Suárez	@edubink
Beto Franco	@eloteb
Nefi Florián	@nefiflorian
Hugo Balbuena	@hugo_acv2
Otto Báez	@ottografo
Ricardo Encarnación	@ricencarnacion
Sergio Alou	@sergioalou
Optaira Espejo	@optaira
Luis García	@kurore
Muriel Rosario	@__murimuri__
Darío Then	@then31
Ángel Rosario	@angelnickname
Paola Pérez	@paolapere
Edwin Burgos	@edwinburg
Anthony Rincón	@anjhorys
Tonny Molina	@tonny_molina
Karina Nova	@iammunkee

Nuestra bandera es tricolor, pero la dominicanidad se pinta de muchos matices. A través de un ejercicio donde diferentes capitaleños escogieron imágenes de las cuentas de Instagram de otros capitaleños, conoceremos los códigos de la dominicanidad de hoy.

COLORES DEL PATIO

@edubink

@edubink

@nefiflorian

@hugo_acv2

@Then31

@edubink

@hugo_acv2

@__murimuri__

@eloteb

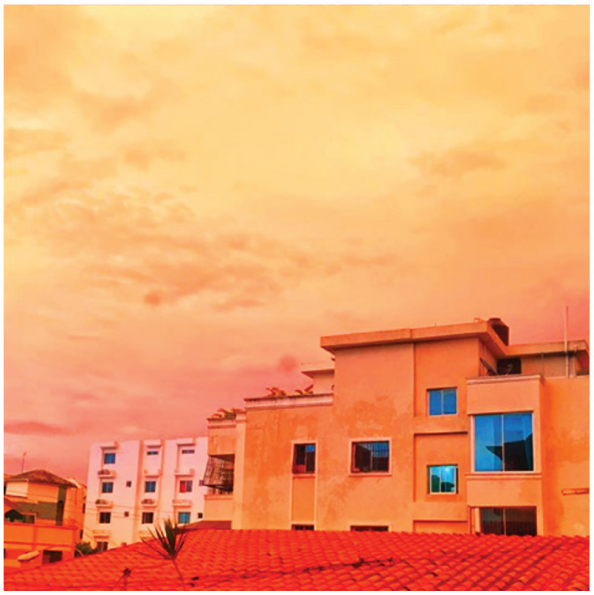
@anjhorys

@tonny_molina

@katillasanz

@edwinburg

@nanitalaura



@nefiflorian

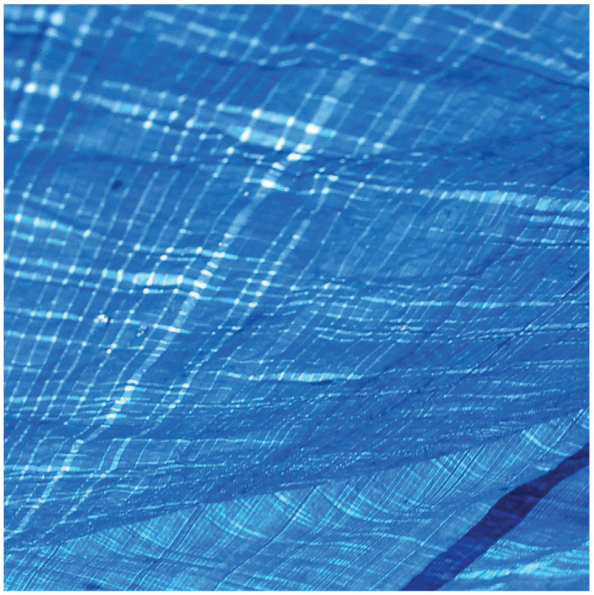
@ottografo

@ricencarnacion

@sergioalou

@optaira

@kurore

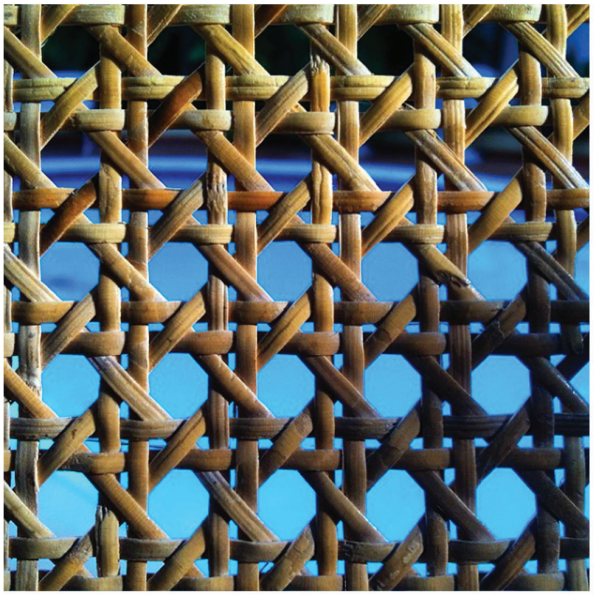


@edubink

@yosoyluirui

@nefiflorian

@paolapere



@sergioalou

@paolapere

@angelnickname

@nanitalaura

@__murimuri__

@miguelmoises03

@tonny_molina

@angelnickname

@edubink

@katillasanz

@ottografo

@sergioalou

@nanitalaura

@katillasanz

@eloteb

@nanitalaura

Hay más de 2,238,671 motocicletas circulando en República Dominicana.

FUENTE: DGII

EL MOTOR 04

El motor es el principal medio de transporte de RD, en ocasiones transportando familias de 4 y hasta 5 personas.

“La rubia Mi Amiguita, es hoy todo amor porque en su cumpleaños le fiaron un motor y le dieron prendas, le dieron cosas muy buenas Y salió a pasiar por todo la capital”.

FUENTE: Aramis Camilo

The Hot Cut Helmets

Javier María
Paulo Stephano (Modelado 3d)

@javierlmaria

Los Barber Shops son células culturales evolutivas, comandos que refuerzan o reconstruyen la estética del hombre dominicano.

Alrededor de el fade, el fly top, el cerquillo, el afro y el blowout, "los privilegiados" han construido la imagen del "chopo"; un individuo que es víctima de su autenticidad, considerada de mal gusto. Todavía hoy, ciertos cortes de pelo son víctimas de políticas de prohibición en el

sector público, educativo y privado, basado en prejuicios clasistas.

Los hot-cut helmets exponen una neo-identidad inspirada en movimientos del género urbano. En su primera fase los peinados han sido modelados en 3D con la intención de ser realizados en bronce, haciendo referencia a los bustos y estatuas que componen el entorno urbano dominicano.

Paseo a motor Yoel Bordas @yoelbordas

Colecciones Móviles: Una mirada a la gráfica de las calcomanías en los motores de Santo Domingo

Starling Peguero @stpeguero
José Morbán @jomorban

Los capitaleños hemos sido testigos del crecimiento demográfico y territorial de la ciudad en los últimos treinta años. Cortada por dos ríos en tres partes y actualmente con tres millones de habitantes[1], el ordenamiento del tránsito urbano no ha ido de la mano con su crecimiento[2]. Los barrios han crecido de manera amorfa, los negocios ocupan las aceras, las calles se estrechan, las casas se apiñan. Pareciera que no hay otra opción más que moverse en motor para circular en estos laberintos urbanos. Este medio de transporte retiene nuestra atención por su presencia en el imaginario de los dominicanos. El motor es un símbolo de estatus dentro de la clase popular y la principal forma de transporte en los barrios y periferias de la ciudad. Éste ha sido –y es– uno de los medios más versátiles de ingreso, particularmente entre los hombres; transporte público, mensajería, delivery y vendedor ambulante son unas cuantas posibilidades[3]. Cada función conlleva una personalización, un lenguaje propio de la empresa (o fin determinado), que resulta en una extensión de ésta en el espacio público.

Buscando velocidad, los usuarios de este vehículo remueven piezas del chasis para reducir el peso. Lo pimpean reemplazando las luces originales por bombillos incandescentes, removiendo los guardalodos y añadiendo accesorios coloridos. Las calcomanías son parte de la customización que les hacen, son una manera de expresar sus gustos personales, un repuesto más. "Si tienes una publicación bonita como en Facebook, todos la comentan", nos dijo un mecánico de Cristo Rey.

Las calcomanías van estrechamente relacionadas al deseo de llamar la atención que, a la vez, es una manifestación de poderío y una forma de constatar virilidad y, también, sirven de complemento a la apariencia racing[4]. Se puede observar en cómo son representados los temas: los animales no son domesticables, si es un canino es un bulldog o un lobo y, si es un felino, un tigre. De igual manera los colores son vibrantes, lumínicos, metálicos o reflectivos como si estuvieran cargados eléctricamente. Son comentarios públicos que forman parte de la gráfica popular urbana y que colorean o reafirman la identidad de la misma[5].

El uso de las calcomanías está vinculado a un segmento social que se nutre de información recogida en los llamados medios tradicionales –radio y televisión– y, de acuerdo a los vendedores en los repuestos y a un vendedor de calcomanías de larga trayectoria entrevistado, nos pudimos dar cuenta que los diseñadores e imprentas involucrados en el proceso de creación, están atentos a las expresiones y modas de su contexto y que, según los materiales disponibles, interpretan y realizan estas gráficas.

A pesar de su aparente banalidad, las calcomanías tienen diferentes utilidades. Funcionan como una especie de colección móvil y que pueden servir como ritual social, de exhibición, y denotan confianza en un repuesto determinado[6]. Evidencia de esto último es cuando motoristas llegan a un repuesto y teniendo una calcomanía de éste, solicitan descuentos diciendo "yo soy de aquí, mira mi calcomanía", como el carné de un club que otorga privilegios.

Las razones detrás de la elección (o selección) de calcomanías depende del usuario y no se reducen a un tema específico. Durante la investigación de este proyecto, pudimos ver que en algunos casos las calcomanías sirven para disimular el deterioro de los motores tales como: rayones cubiertos con imágenes de Cristo o marcas de óxido con Bad Boy. En otros casos se utilizan por motivos sentimentales como nos expresó un motoconchista de Villa Duarte: "Tuve un problema de infidelidad y le pegué dos stickers de cuernos al motor para llamar la atención de mi pareja, cuando ella lo veía se ponía como el diablo".

Pudimos ver relaciones que permiten clasificar los adhesivos en distintos grupos: cultura pop, cultura popular, marcas aspiracionales, marcas de repuestos, religiosidad, misceláneo.

Las de la cultura pop las conforman personajes del cine y animé, logos de superhéroes, Bob Marley, entre otros. Estas imágenes se corresponden con la divulgación en los medios locales. Por ejemplo, la calcomanía del Guasón (Joker) de Batman es de la caracterización de Heath Ledger (2010) en la película The Dark Knight, que se ha transmitido regularmente en Telesistema y Telemicro, y no la del actual Jared Leto en la reciente Suicide Squad (2016).

Aunque todas las imágenes usadas en los motores son parte del lenguaje popular, la clasificación cultura popular la utilizamos para aquellas ideas que nacen y son propias de los barrios urbanos y que muchas veces se difunden por la música urbana. Se utilizan frases: "noCpresta", "Amigo de que?", "Yo soy un amor"; y personajes o etiquetas: "La Chapiadora", "El 3mendo", "El Rabioso", "El Bacano", "El Necio".

Las marcas aspiracionales denotan estatus y buscan un reconocimiento social. Unos tenis Jordan son un lujo y, sin embargo, dentro de la gráfica popular son un elemento recurrente. A veces estas marcas adquieren nuevos significados como sucede con la manzana de Apple de la que escuchamos la interpretación "es la manzana de Adán".

Los logos de marcas de repuestos, a diferencia de las marcas aspiracionales, no tienen un aura aspiracional sino que demuestran una confianza en una marca determinada; un usuario de Suzuki compra su calcomanía porque esa es la que "le corresponde" a su motor.

Las imágenes religiosas o de religiosidad aparecen como protección espiritual o recordatorio moral. Las representaciones de Cristo y el Rosario de la virgen son las más frecuentes y pueden aparecer junto a otras calcomanías de ideas opuestas.

Finalmente, observamos un grupo de difícil clasificación que denominamos misceláneo por su grado de abstracción. Aquí reunimos salpicados de pintura, flores de cayenas, WiFi entre otras gráficas.

Según pudimos ver, a pesar de la variedad de calcomanías y comentarios con los que nos encontramos, esta manifestación decorativa parece dejarse a un lado a medida que se mejora el vehículo debido a un cierto purismo (o deseo) de preservarlo intacto, o dicho de manera coloquial, "nuevos de caja". En este caso es más probable encontrar motores solo con calcomanías de repuestos de marcas.
Estas colecciones móviles son efímeras y por ello se prestan para renovar sus mensajes según el motorista: "A mí lo que me gusta es lo moderno, lo que llama la atención, desde que se ponen feas las cambio", nos dijo un motorista en Villa Duarte. Son muestras que no están sujetas a discursos preestablecidos y, sin embargo, retienen una coherencia con su entorno que solo podría suceder en las vías públicas. Estas gráficas son pequeñas sorpresas que encontramos circulando en la capital que nos alegran o intimidan, nos distraen de los tapones y nos comunican acerca de la personalidad de aquellos que transitan junto a nosotros.

NOTAS: [1] "Expansión Urbana de las ciudades capitales de RD: 1988-2010". Santo Domingo: Oficina Nacional de Estadística. 1 May 2015. ISBN 978-9945-8984-3-9. [2] Dorrejo, E., Negrín, K., Pérez, C. (2007). El sistema de transporte colectivo en la articulación del Gran Santo Domingo. República Dominicana. Disponible en: https://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/bitstream/handle/123456789/1289/CISO20073201-88-121.pdf?sequence=1&isAllowed=y [3] La arquitecta y curadora Ching Ling Ho Shum habló de las implicaciones del delivery en el crecimiento urbano en su ponencia Polígono Central: Un recuerdo del futuro. 7ta. parte. Tropical Ghosts. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=yNF4kBREgFQ [4] Baudrillard, Jean, El sistema de los Objetos. 1969. Siglo Veintiuno Editores, México, pp. 74-79. [5] Cela, Jorge, La Otra Cara de la Pobreza. 2001, Centro de Estudios Sociales Juan Montalvo, p. 48. [6] Baudrillard, op. cit., p.118.

YO SOY
UN
AMOR
1RO
DIOS
ANTE
TODO

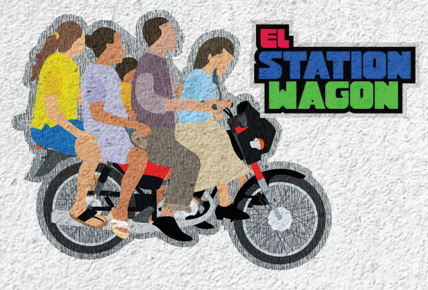
BARRIO
NO PRESTA
W! F!
La Chapeadora
SoBe

Santo Domingo
Motor City

Luis Ruíz Ortíz @yosoyluirui
Paola Pérez (Textos) @paolapere
Hugo Balbuena (Textos) @hugo_acv2

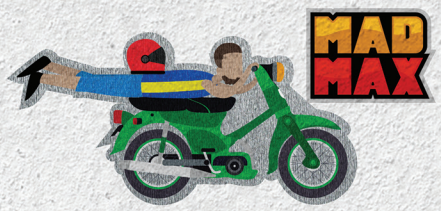
Santo Domingo MOTOR CITY

Bienvenidos a "Santo Domingo Motor City", donde se llega rápido a todas partes, donde el viento te peina y cada viaje, aunque sea a la esquina, es toda una aventura. Aquí la población nunca disminuye, debido a la alta tasa de reproducción que al mismo tiempo se enfrenta al sinnúmero de accidentes en motocicletas que ocurren a diario. Estos son los protagonsitas que conforman este hábitat peligrosamente equilibrado:



Economista. Sabe sacarle el máximo provecho a su medio de transporte. Nadie sabe cómo logra manejar con 5 pasajeros. Cree que la ley de la gravedad, la de Murphy y las de tránsito, son puras sugerencias„ Algunos les llaman experiencia, otros le llaman suerte o "chepa".

Experto montando lo que sea en la parte de atrás del motor. Puede transportar una cocina entera con solo dos viajes, no importa la distancia ni el tamaño. Solución de mudanza para todo el barrio.



Aprendió a "volar bajito" antes de caminar. Experto en aerodinámica y en mantener el motor lo más liviano posible. Predice el futuro y sobrepasa cualquier obstáculo en su camino con una gracia admirable.

Maestro del equilibrio. Vive de pensar que "calibrando" se maneja más rápido y por esto mantiene la canasta de su motor con varios botellones de agua.

Su "pasola" es su artículo más preciado, es más, una obra de arte. Generalmente no tiene trabajo por lo que siempre anda cerca personas claves para que le pongan mandados y así poder andar y exhibir su "pasola" por todo el barrio.

El dúo dinámico, archienemigos de La Autoridá'. Su hábitat natural son las avenidas, donde asechan a sus presas para atacar a cualquier ciudadano descuidado que ose andar por su territorio.

Se sabe todos los atajos del país. Puede llevarte del punto A al punto B sin pararse en un solo "tapón". De "ñapa", imparte una clase "expresss" de insultos y malas palabras, que si quieres, puedes usar en cualquier momento de impasse en el tránsito dominicano.

El más veloz de todos, se distingue de los de su especie por su vestimenta clásica de climas fríos que lo ayuda a soportar las altas velocidades que alcanza al transportar documentos entre oficinas y bancos.

Esta especie suele andar en parejas o manadas ya que poseen una capacidad intelectual sumamente reducida. Se alimenta exclusivamente de refrescos que obtienen con el dinero de los ciudadanos. No son muy conversadores y cuando se les hace hablar mucho se tornan agresivos.

Primo lejano de La Autoridá'. Se supone que es el que controla el hábitat, pero normalmente se les encuentra bajo la sombra de una mata haciendo la digestión. Suelen ser agresivos si se trata de conversar con ellos.

Malecon SD
COMPRAVENTA
PAPOLO
PRAVENTA PAPOLO
S PARA PAGAR
PICAPOLLO LIN LIN

¡CRISTO VIENE YA!
BANCA DINERO
COLMADO BANÍ

En las elecciones presidenciales del 2004, el precio del pollo fue uno de los protagonistas de la campaña electoral.

FUENTE: "Estudio del mercado avícola Dominicano" por Eduardo Centeno y Ana María García.

EL POLLO

La capacidad instalada para producir pollos de engorde en el país es de aproximadamente 35.0 millones de pies cuadrados de naves o galpón, de los cuales el 64% se encuentra en el Distrito Nacional.

FUENTE: "Estudio del mercado avícola Dominicano" por Eduardo Centeno y Ana María García.

Un pollito tarda 42 días en estar listo para el consumo, luego de haber nacido. Llega a la granja el primer día de nacido, y entonces inicia el proceso de engorde, a base de alimentos como el maíz, soya y vitaminas.

República Dominicana produce alrededor de 15MM de "pollos terminados" cada año.

FUENTE: "Estudio del mercado avícola Dominicano" por Eduardo Centeno y Ana María García.

En República Dominicana solo el pollo representa el 43.3% de consumo de carnes y el 10.5% del consumo de alimentos, ningún otro producto absorbe tantos recursos del presupuesto alimenticio familiar.

FUENTE: "Estudio del mercado avícola Dominicano" por Eduardo Centeno y Ana María García.

Ciudad Pollo

Yerard Jiménez @yerardjimenez
Dany Sosa @danycan
Miguel Pérez @miguelmoises03
Joan Andújar @ioanandujar

Santo Domingo, una ciudad dentro de una isla, alejada de tierras continentales, separadas por mares y océanos, pero conectada por más de 1.8 teléfonos móviles por cada ciudadano.

Una de sus mayores contradicciones y lo que la hace dueña de un sabor muy especial, es la devoción por el pollo.

Un elemento clave en su historia que ha podido vincular, gastronómicamente hablando, la mesa del más rico y la del más pobre. El pollo es la democracia.

Desde inicios del siglo XX, el gallo sirvió de ícono de los dos partidos mayoritarios, "Los Bolos" y "Los Coludos". Hoy, más que un símbolo, es un recurso que ha sido, y sigue siendo, una herramienta importante en las manifestaciones políticas dominicanas, pagando estómagos de millones de participantes en "Mitins" y caravanas. Canciones como "Dame del pollito" o "A deshuesarse el espinazo" son solo algunas de las que hacen mención al alimento más democrático de República Dominicana.

El pollo también ha sido un gran potenciador de la trans-culturización, siendo evidencia los "Picapollos Chinos".

Bienvenido a la Ciudad Pollo, una capital sabrosa. Buen provecho.

CIUDAD
Fuiji

La Pollena
PolloLama
La Supertienda

Pica Pollo inc.

UNIVERSIDAD AUTÓNO
DE CIUDAD POLLO
(UACP)

CINEMA POLLO
PIZZA GALLINERO
2x1
SIEMPR
POLLICIA
ACIONAL
ACP

MINISTERIO DEL POLLO
Pollo Continental
ACP
ACP
ACP

KIKIRI
KEA
POLLICE

POR UNA CUIDAD
CON MAS SAZÓN
VOTA POR
EUGENIO PLUMA SUAVE
P.P.D

En Santo Domingo, las mujeres de clase alta van al salón de 2 a 3 veces por semana.

FUENTE: "Pelo bueno, Pelo Malo" por Gerald F. Murray y Marina Ortiz, Fondomicro.

EL CABELLO

06

Los salones son el tipo de micro o pequeña empresa más numerosa en el área de servicios, y solo es superada por los colmados como actividad empresarial.

FUENTE: "Pelo bueno, Pelo Malo" por Gerald F. Murray y Marina Ortiz, Fondomicro.

Por el momento, en el actual ambiente económico y social, el menú estético de la mujer dominicana típica incluye, primero, la regla del pelo liso como opción estética dominante, y segundo, la visita semanal al salón para cumplir con la primera regla.

FUENTE: "Pelo bueno, Pelo Malo" por Gerald F. Murray y Marina Ortiz, Fondomicro.

Juana La Peluquera Ernesto Paredano @paredano

Escanea este Código QR
para escuchar el track

Industrializado Génesis Valenzuela @genesisva

Escanea este Código QR
para visualizar la animación

En esta media isla, la mujer es constantemente aacosada por las rígidas normas estéticas establecidas en el imaginario colectivo. En el proceso de búsqueda de identidad las mujeres sufren de bombardeos violentos de paradigmas y estereotipos que mutilan su naturaleza.

Los roles previamente definidos dictan la conducta; aspiraciones y apariencia que deben asumir e interpretar las féminas en esta parte de el Caribe.

En este contexto el cabello juega un papel significativo. La directriz indica que el cabello lacio es "el bueno", lo pulcro y lo aceptable. En muchas esquinas de la ciudad se repiten centros de belleza como hongos que salen de la tierra, muchos de ellos abiertos desde las 6:00 a.m. para evitar llegar al trabajo con aspecto "desaliñado". Algunas empresas e instituciones sancionan a las no cumplen con lo anteriormente descrito,;tal es el caso en algunos bancos, oficinas del Estado y otras empresas donde el servicio al cliente es el elemento principal.

"Industri*alizado" pretende denunciar el procedimiento antinatural y violento que atravesaron y atraviesan muchas mujeres dominicanas, utilizando para ello un espejo de la industrialización.

En los últimos años se ha venido desarrollando una oposición considerable a este absurdo estatuto; del 2010 en adelante es mucho más común ver afros rebeldes caminando por la ciudad.

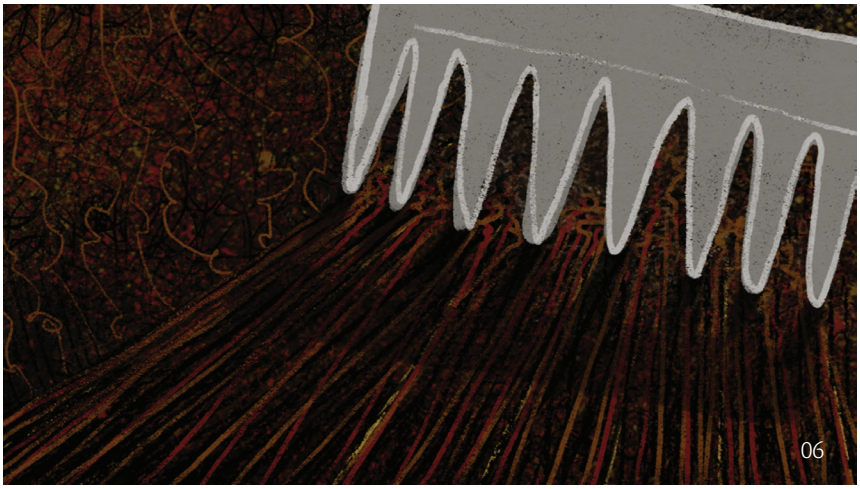
01

02

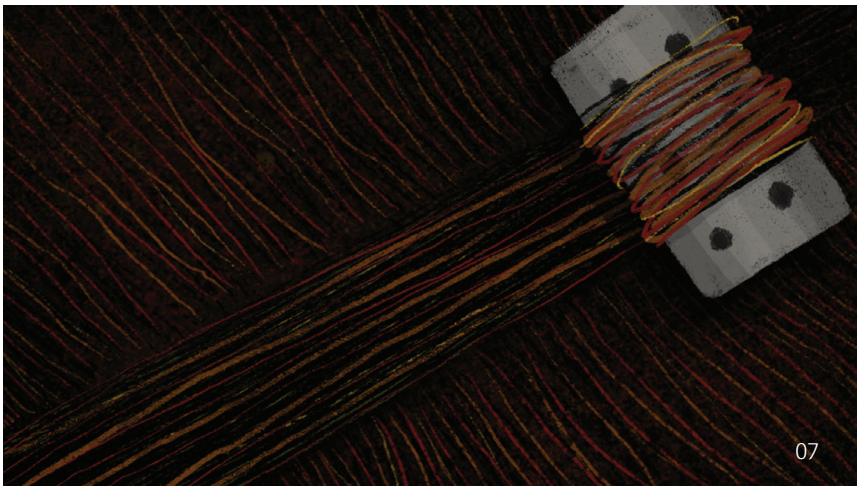
03

04

05



06



07

08

09

En RD hay más de 75,000 negocios de cuidado del cabello, la gran mayoría en la ciudad de Santo Domingo.

FUENTE: "Pelo bueno, Pelo Malo" por Gerald F. Murray y Marina Ortiz, Fondomicro.

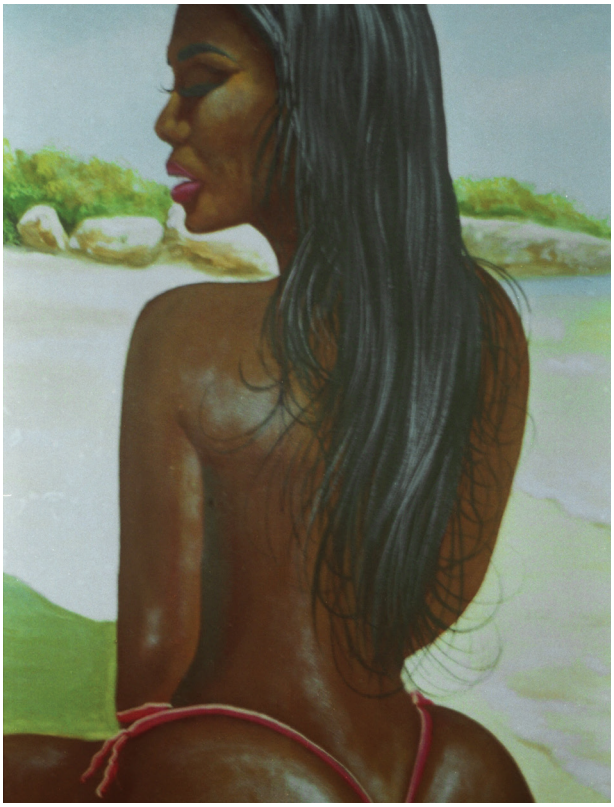
Existe una percepción quizás algo mitológica, sobre el papel de la peluquera dominicana como "terapeuta" de clientas que se desahogan sobre temas personales.

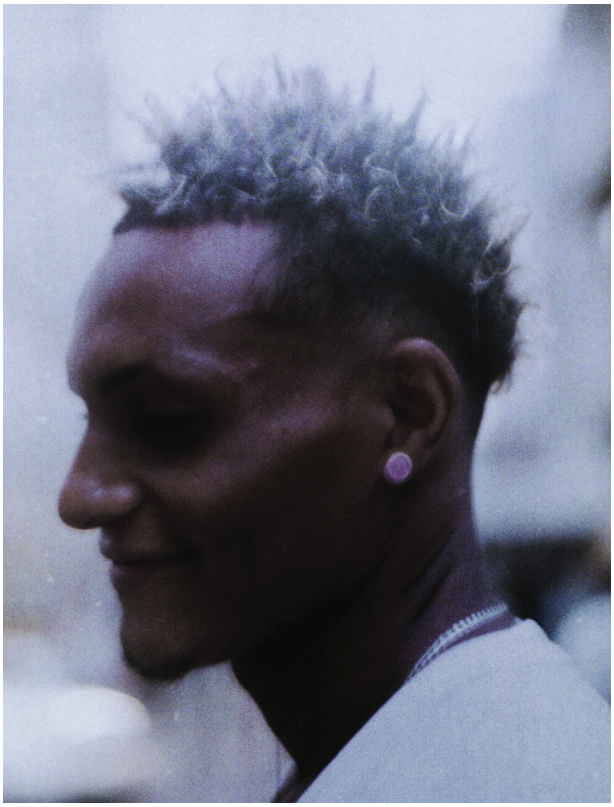
FUENTE: "Pelo bueno, Pelo Malo" por Gerald F. Murray y Marina Ortiz, Fondomicro.

Lopelo

Karla Read

@karla.read
karlaread.com



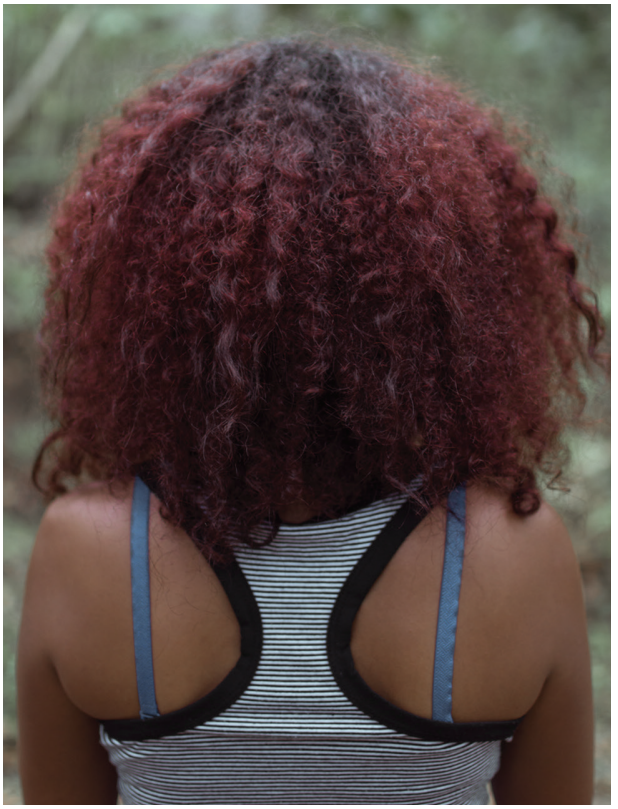


“A imagen y semejanza de Dios”

María Mejía

@mmejiaphoto
mariamejia.work

Si bien no hemos visto a ningún dios, lo único que conocemos es la grandeza y belleza de la naturaleza que nos rodea, su perfección. Natura surge en un recorrido fotográfico documental, en el que quise fotografiar los Humedales del Ozama desde una perspectiva más personal. Tomé el tema del cabello, para escoger peinados de compañeros y



asociarlos a objetos naturales que encontré en el lugar, y así muestro cómo buscamos parecernos o imitar a la naturaleza con peinados y estilos. Las fotos fueron tomadas sin planear; las personas y objetos estaban en el lugar unidas por el destino.

En la ciudad de Santo Domingo se permiten hasta 70db de ruido, siendo habitual que algunos negocios superen los 100db.

EL SONIDO

07

La contaminación auditiva provoca respuestas de estrés en el cuerpo, estando asociada a problemas de salud en el corazón y presión sanguínea.

De acuerdo con datos suministrados por el Ministerio de la Presidencia, 91.7 % de las denuncias corresponde a los ruidos que provocan los centros de diversión.

FUENTE: "91% denuncias a 9-1-1 son por ruidos en centros diversión" por Viviano de León y Ramón Cruz Benzán, Listín Diario, 15 de Julio 2016

Musicólogos

Johansel Dotel @jdoltel
Otto Báez @ottografo
Edwin Burgos @edwinburg

Según RAE

Musicólogo:
m. y f. Persona especializada en el estudio de la teoría e historia de la música.

Musicólogo (en Rep. Dom.):
m. y f. Persona apasionada con los equipos de sonido, principalmente para vehículos o comerciantes de esta industria.

SICÓ
GOS

JANTZ
101
CHEVROLET
ASTRO

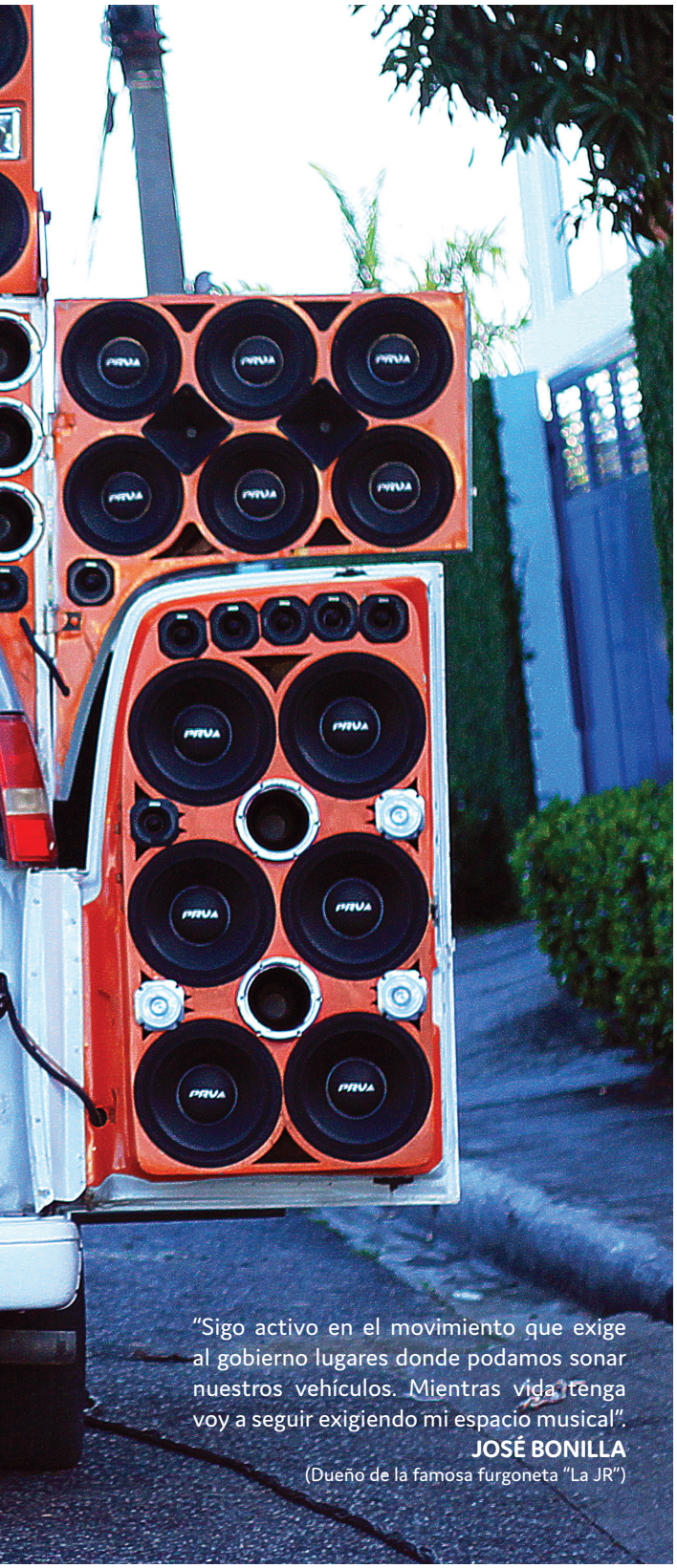
En julio de 2015 diferentes organizaciones de comerciantes de los equipos de sonido para vehículos reclamaron al Senado Dominicano que se revise el uso de estos equipos en los diferentes espacios públicos, con el fin de que se creen zonas de tolerancia, tanto en la ciudad de Santo Domingo como a nivel nacional.

También reclamaron que se revisen las disposiciones legales sobre la incautación y destrucción de equipos sin previa decisión de un juez. Estas demandas todavía no ha sido tomadas en cuenta por las autoridades, por lo que los diferentes gremios siguen exigiendo su "Espacio Musical".

EV
TARAMPS
ELECTRONICS
Francisco
AUTO SONIDO 809-662-7094

"Tú empiezas económico y cuando vienes a ver tienes tu carro lleno de equipos".
FRANCISCO ROSADO
(CHAMAQUITO19)

PRVA



"Sigo activo en el movimiento que exige al gobierno lugares donde podamos sonar nuestros vehículos. Mientras vida tenga voy a seguir exigiendo mi espacio musical".

JOSÉ BONILLA

(Dueño de la famosa furgoneta "La JR")

Una norma social implícita dicta que “no beberás alcohol sin música”.

FUENTE: “El Colmado” por Gerald F. Murray. Fondomicro.

La contaminación acústica ocasiona cambios en la conducta humana, como son irritabilidad, cansancio, estrés, falta de concentración, falta de sueño y relajación, bajo rendimiento académico y profesional.

FUENTE: "91% denuncias a 9-1-1 son por ruidos en centros diversión" por Viviano de León y Ramón Cruz Benzán, Listín Diario, 15 de Julio 2016

6 puentes conectan el gran Santo Domingo.

LOS PUENTES

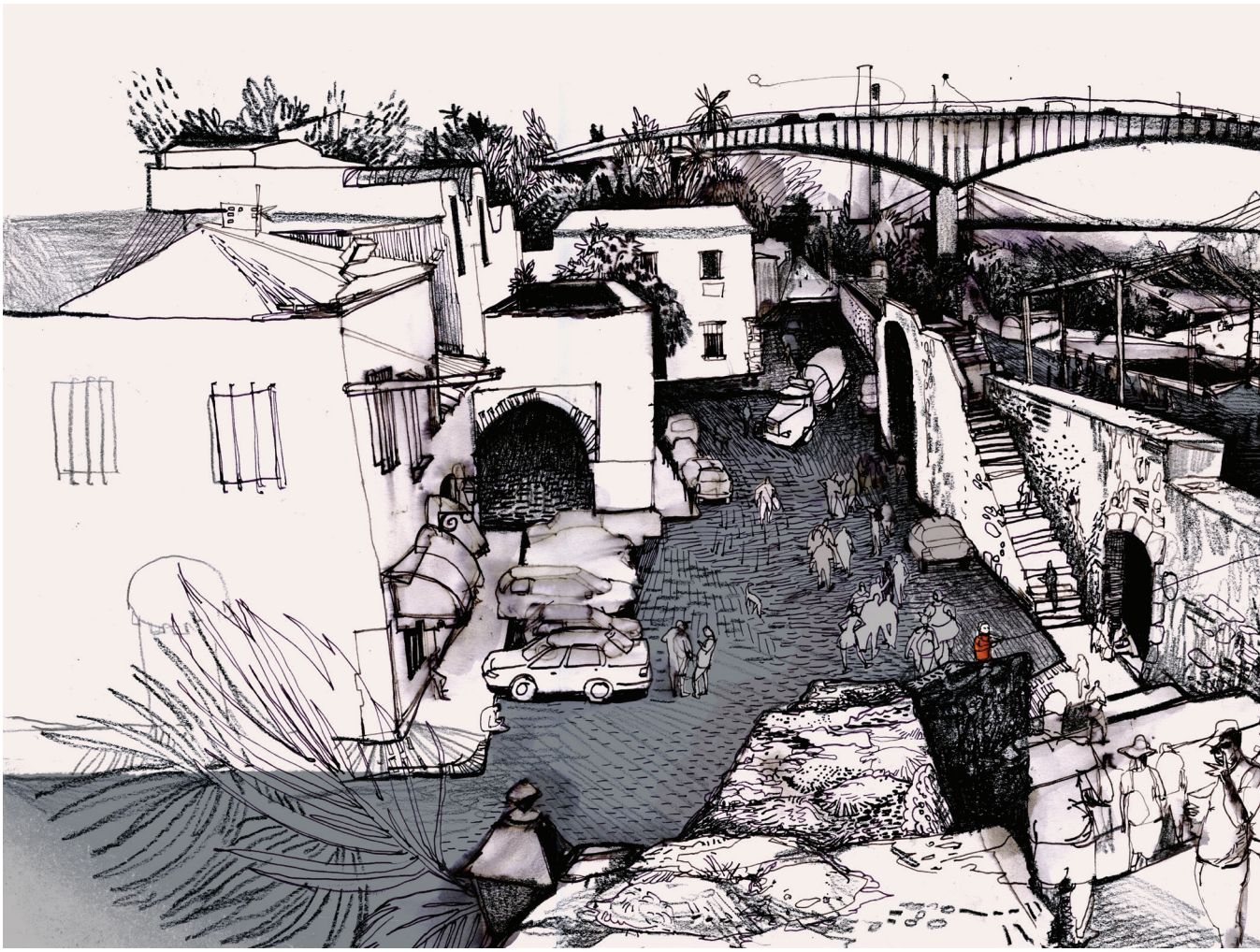
En total, 381,743 vehículos utilizan a diario los puentes que conectan el Distrito Nacional con Santo Domingo Oriental.

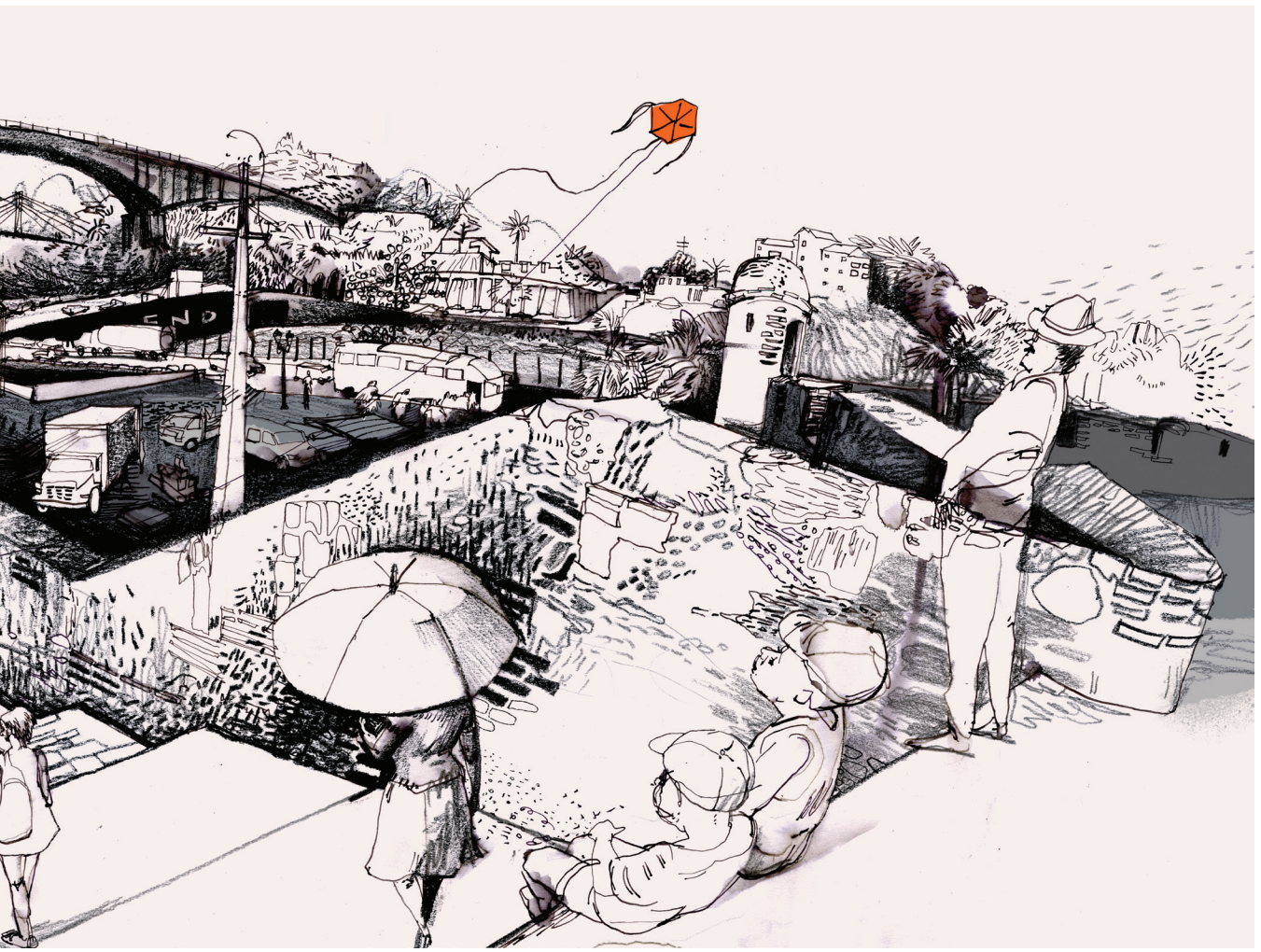
FUENTE: "Volúmenes de Tráfico Vehicular de Personas en cordón externo del D.N." por Dirección de Tránsito y Movilidad Urbana del Departamento de Planificación, República Dominicana.

El Puente Duarte registra un flujo de hasta 176,612 vehículos por día en la semana y 124,591 en fines de semana.

FUENTE: "Volúmenes de Tráfico Vehicular de Personas en cordón externo del D.N." por Dirección de Tránsito y Movilidad Urbana del Departamento de Planificación, República Dominicana.

Vista hacia Santa Bárbara Nathalie Ramírez @nathaliepresents





El Puente Duarte (Juan Bosch) es el de mayor flujo de todos los puentes de República Dominicana.

FUENTE: "Volúmenes de Tráfico Vehicular de Personas en cordón externo del D.N." por Dirección de Tránsito y Movilidad Urbana del Departamento de Planificación, República Dominicana.

El 85% del tráfico en el Puente Duarte corresponde a vehículos privados.

FUENTE: "Volúmenes de Tráfico Vehicular de Personas en cordón externo del D.N." por Dirección de Tránsito y Movilidad Urbana del Departamento de Planificación, República Dominicana.

Puente Flotante Ricardo Ariel Toribio @ricardoatoribio

Escanea este Código QR
para visualizar el video

01

02

03

04

República Dominicana cuenta con aproximadamente 1,082 kilómetros de costa.

FUENTE: Google Earth

EL MAR

Santo Domingo fue construída de espaldas al mar y hoy, lamentablemente, mantiene esa postura.

Güibia fue la playa urbana más importante de Santo Domingo, y su rescate sería uno de los actos más importantes para la capital.

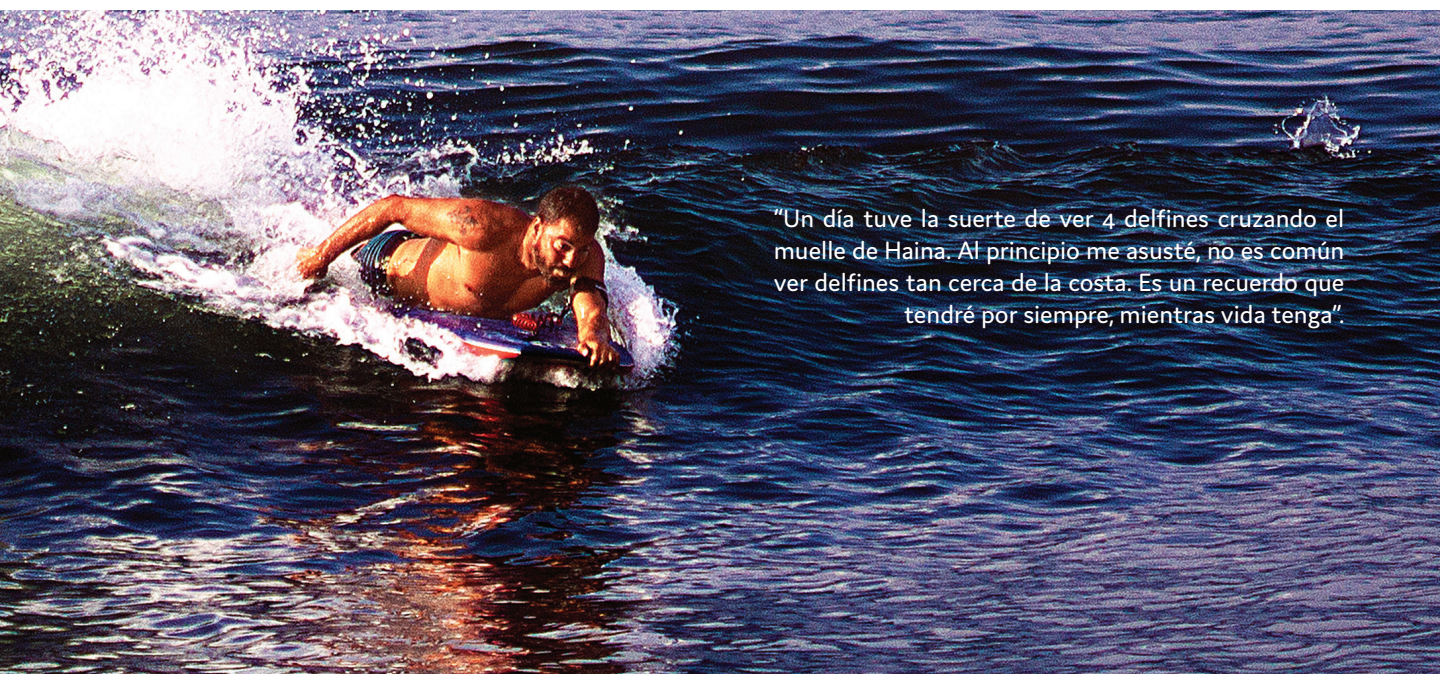
Caribeños

Otto Báez @ottografo
Ángel Rosario @angelnickname
Edwin Burgos @edwinburg
Miguel Pérez @miguelmoises03

"La imaginación ya no se aleja con el horizonte, mas no hace sino volar. En el borde del agua devuelve cosas limpias y fregadas que el mar, a modo de basura, ha blanqueado, casto. Escenas dispares".
Derek Walcott

beros

"Estamos rodeados de agua y no cuidamos ni aprovechamos todas las cosas buenas que nos ofrece el mar".
Osiris (Surfista)



"Un día tuve la suerte de ver 4 delfines cruzando el muelle de Haina. Al principio me asusté, no es común ver delfines tan cerca de la costa. Es un recuerdo que tendré por siempre, mientras vida tenga".

"Si fuera a definir el mar en una palabra sería: Libertad"
Denis (Buzo profesional)

"Hace poco al terminar un buceo en el Parque Nacional de la Caleta, una mantaraya pasó a saludarnos justo por debajo del barco. Nos tiramos de nuevo a jugar con ella y a documentarla. Estuvimos largo rato disfrutando de esta preciosa criatura".

"Yo empecé en e'to siendo mochilero de un señor que le dicen "Cancela" depué era yo que pe'caba los Róbalos. E'to e' un vicio. Si ut'é quiere estar en esto tiene que salir temprano de su casa. La luna le pone la boca blandita a lo pe'ca'o, eso hay que saberlo. El pescador tiene que madrugar".
Flavio - alias "El Gallo" (Pescador)

"E'te señuelo lo'preparamo' con: Palo de sombrillas. Plomo de los que tiran los vehículos en la calle. Fibra de los sacos de cebolla. Cabellos de muñecas viejas".

"Si la gente dejara de contaminar, tirando basura, agua negra sin tratamiento, agua contaminada de químicos de las fábricas, el mar sería más limpio y atractivo. La gente pasaría más tiempo disfrutándolo".

Denis (Buzo Profesional)

La harina es el principal ingrediente de la fritura urbana en la capital, haciendo que su precio sea bajo y su valor calórico alto.

LA FRITURA

En 5 km, pudimos identificar 42 variedades de frituras y hasta 20 puestos por km^2.

Empanadas: Queso; 3 Quesos; Queso y pollo; Queso, pollo y maíz; Jamón y queso; Queso y pepperoni; Vegetales y queso; Pizza; Mariscos; Lasagna; Res; Res y queso; Queso y bacon; Suprema (completo)

Picadera: Quipe de res; Quipe de pollo; Croquetas; Bolas de yuca; Bolas de mofongo; Bolas de papa; Catibías queso y pollo.

Variedad de fritura: Longaniza; Salami; Jamoneta; Alitas de pollo; Muslos de pollo; Pollo frito; Chicharrón de cerdo; Carnita de cerdo; Patica de cerdo; Orejas de cerdo; Nariz de cerdo (Hocico); Costillas; Tripita

Carne salada (Res): Molleja; Bofe; Intestino de vaca (Entresijo); Hígado

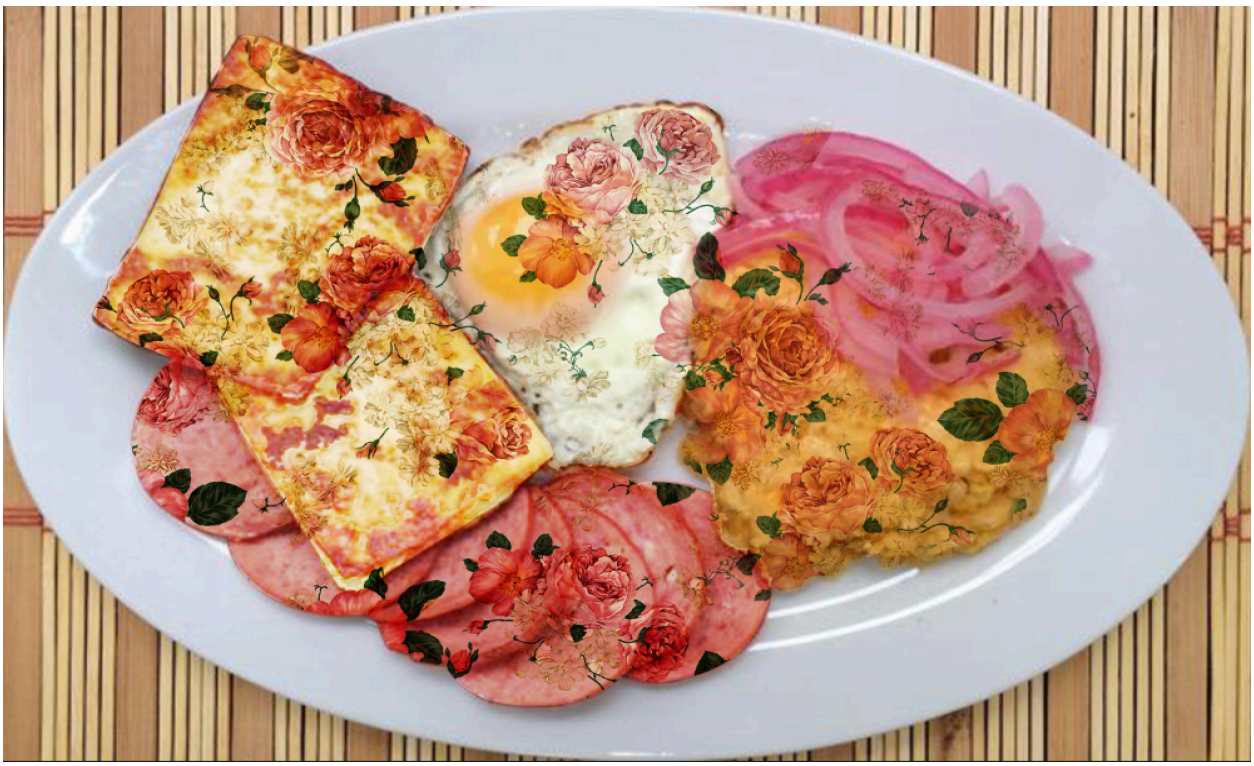
Acompañantes: Tostones; Yuca frita; Guineito; Papas fritas

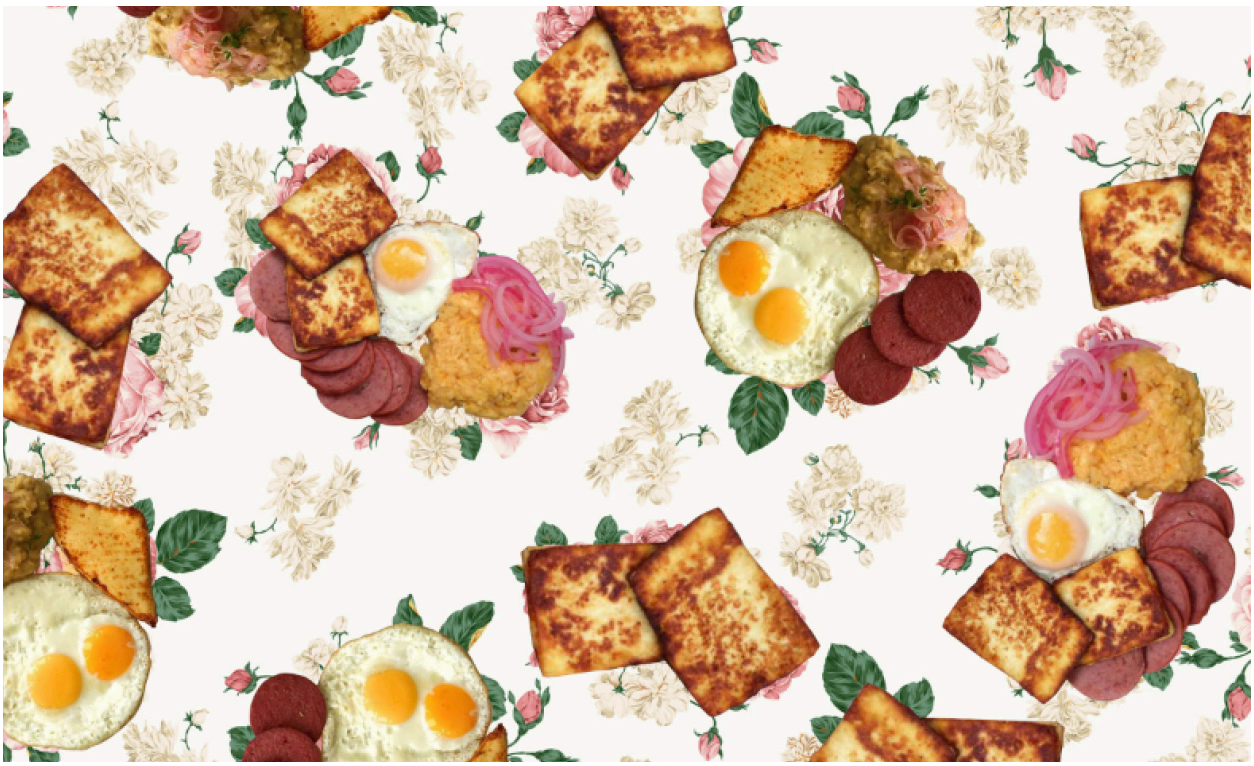
Boca Chica

Carmen Deñó

@yrstrly_carmen
carmendeno.com
otrosquinientos.tumblr.com

Villa Mella Eduardo Suárez (DCO) @sr.dco





Todo lo frito sabe bueno

David Pérez (Karmadavis) @karmadavis
Omar Carrera @de_dpxl

TODO

TRIT

O SA

BE BU

UENC

Artistas y empresarios han existido en lados opuestos del espectro.

Artistas, impulsados por una invencible necesidad de crear y la capacidad de pensar abierta y orgánicamente. Empresarios, motivados por resultados concretos y sistemas bien estructurados.

En Capital somos ambos. Cultivamos el poder de la creatividad y el análisis para lograr cambios positivos.

Aún en la era digital, nuestros problemas siguen siendo esencialmente humanos y las oportunidades para generar cambios existen antes de la publicidad. Nos integramos antes del brief, cuando la única pregunta todavía es "¿Qué tenemos que hacer para obtener mejores resultados?"

Creamos soluciones que generan valor a empresas, ciudades, comunidades, líderes individuales y al bienestar colectivo.

Nada es imposible.

Mario Dávalos P.
CEO

capital

Part of the DBG group

#CapitalEsCapital

capitalbooks

www.capitaldbg.com