
Snow Drogas «¡Es tu decisión!»: Una estrategia de marketing como proyecto artístico



Santiago Rueda,
Universidad de Barcelona, España
ruedafajardo@gmail.com

post(s)

vol. 10, p. 260 - 265, 2024

Universidad San Francisco de Quito, Ecuador

ISSN: 1390-9797

ISSN-E: 2631-2670

posts@usfq.edu.ec

Recepción: 03 noviembre 2023

Aprobación: 03 marzo 2024

DOI: <https://doi.org/10.18272/posts.v10i1.3140>

Resumen: Este artículo explora Snow Drogas (1998-2021) de Fabián Montenegro, un proyecto centrado en la despenalización, regulación y comercialización de la cocaína. Presentado como una marca registrada y una campaña artística, ofrecía productos como empaques de dosis personales. La obra de Montenegro, desarrollada más de una década antes de los debates regulatorios serios, combinó arte, activismo y marketing, utilizando referencias culturales y cinematográficas para desafiar las convenciones del arte en América Latina.

Palabras clave: arte, activismo, drogas, regulación, Colombia.

Abstract: This article explores Snow Drogas (1998-2021) by Fabián Montenegro, a project focused on the despenalization, regulation, and commercialization of cocaine. Presented as both a registered brand and an art campaign, it offered products like personal dosage packaging. Montenegro's work, developed over a decade before serious regulatory debates, blended art, activism, and marketing, using cultural and cinematic references to challenge conventions in Latin American art.

Keywords: art, activism, drugs, regulation, Colombia.

Despenalización, regulación, legalización y educación están en la agenda de Fabián

Montenegro y su proyecto *Snow drogas* (1998-2021), una marca registrada cuyo propósito es la comercialización de cocaína «100% colombiana». Con el lema «¡Es tu decisión!», es también una campaña publicitaria que ofrece diferentes productos como los empaques para la dosis personal. Es un proyecto de tesis en Artes Plásticas en la Universidad Nacional de Colombia, que antecede en más de una década los primeros intentos serios de regular la sustancia, y obras de arte muy posteriores que han intentado sacudir el tema. Para ello, Montenegro se valió de la información cultural de la coca y de la parafernalia cinematográfica de la cocaína para fabricar sus productos, asumiendo una estrategia de marketing que hoy podría considerarse normal en el terreno del activismo y la autopromoción, pero que en ese entonces —y es fácil comprobarlo— era totalmente inusual en la práctica artística, al menos en esta esquina del mundo.

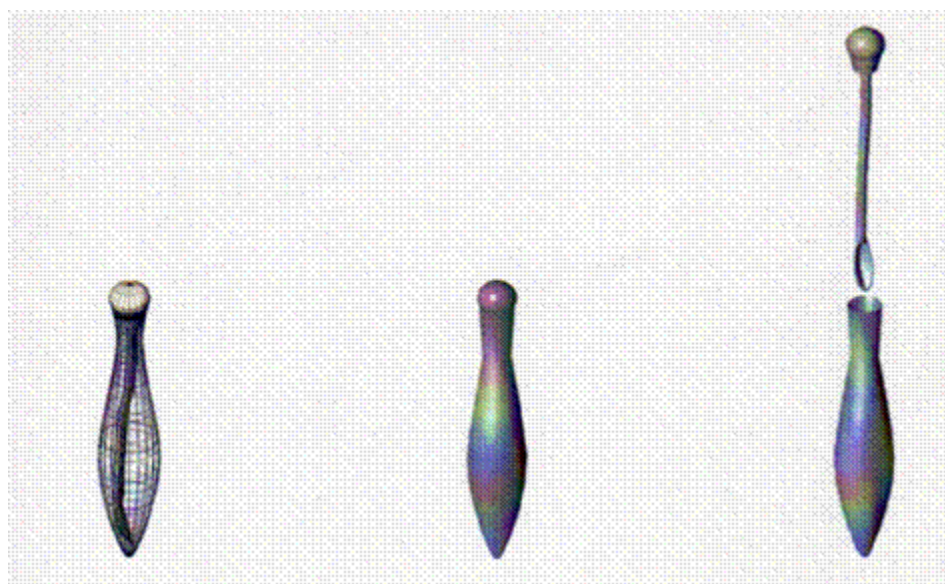


Figura 1

Snow Drogas Dispensador Poporo Fabián Montenegro 2000

Figura 1. Snow Drogas - Dispensador/Poporo. Fabián Montenegro, 2000.

El diseño del empaque original incluye instrucciones sobre forma de uso, cantidad sugerida, y advertencias sobre el daño a la salud y eventual sobredosis. El dispensador de *Snow*, es un poporo hi-tech de plástico, que eventualmente podría conseguirse en farmacias. El *jingle* musical era una pista electrónica con el sonido de una aspiración y la exclamación subsiguiente:

«¡Es tu decisión!» (Montenegro, 2001).



Figura 2

Snow Drogas Llavero Fabián Montenegro 2000

Figura 2. Snow Drogas - Llavero. Fabián Montenegro, 2000.

Otros productos incluyen un pequeño espejo con la marca labrada y tapa metálica (que claramente nos recuerda a los que se utilizan en las películas de Hollywood), camisetas, tarjetas de presentación, llaveros, *mugs* y prendedores. Es evidentemente un producto comercial que no existirá al menos en una década, hasta que eventualmente se legalice la sustancia (Rueda, 2008, p. 68).



Figura 3

Snow Drogas Empaque de producto Fabián Montenegro 2000

Figura 3. *Snow Drogas* - Empaque de producto. Fabián Montenegro, 2000.

En un momento en que las relaciones entre los agentes de arte y su documentación no eran consideradas obras de arte, Montenegro

envió una carta de presentación a diferentes galerías y espacios de arte de Bogotá presentando su producto y ofreciendo sus servicios (Rueda, 2008, p. 72). Algunas de las respuestas, que el artista conserva, son de rechazo e indignación, como es de esperarse. Según el artista:

Una vez constituida la empresa se procedió con su presentación en algunas galerías y ciertas instituciones como: galería la cometa, galería el museo, Goethe Institut, galería Casa cuadrada, Alianza colombo francesa, Taller arte 2 gráfico, BLAA, Quinta galería, Centro colombo americano, etc. La particularidad en la presentación de la empresa (con un carta corporativa en sobre cerrado dirigida al director de turno) era que se hacía de manera real sobre su existencia, pero no se aclaraba que el producto ofrecido, cocaína, era ficticio, lo que generaba anecdóticas reacciones en algunos directivos, quienes se sentían ofendidos con semejante ilegal ofrecimiento, al punto de que incluso se recibieron varias llamadas solicitando explicación y respeto, esgrimiendo aclaraciones de que ellos no eran consumidores y que el ofrecimiento era una ofensa; las justificaciones como proyecto artístico apaciguaban los ánimos, en la mayoría de los casos. (Comunicación con el autor)

Como parte del proyecto, el artista modificó el documento oficial del Plan Colombia, transformando sus frases para trastocar sus mensajes, añadiendo una última sección dedicada a *Snow drogas* para justificar, como si el Plan lo hiciera, la existencia legal de su empresa y la validez de invertir los argumentos. De forma meticulosa, se tomó el tiempo de alterar el contenido del texto, revirtiendo las frases, subrayándolas en rojo, hasta lograr una más lógica justificación, pues el Plan Colombia, en materia de combate al narcotráfico, fue un fracaso (Lindsay-Poland, 2020).



Figura 4
Snow Drogas - Carta de presentación. Fabián Montenegro, 2000.

Figura 4. Snow Drogas - Carta de presentación. Fabián Montenegro, 2000.

Estudié con Montenegro en la Universidad Nacional en Bogotá, junto a otros artistas como Oscar Ayala, Martha Amorcho, Pilar Montealegre, Ángela Vives y Alejandro Sanabria, entre otros. *Snow drogas* se había presentado en el 38° Salón Nacional de Artistas, en Cartagena en 2001. Casi una década después, le busqué para incluirle en mi libro *Una línea de polvo. Arte y drogas en Colombia* (en 2008), y cuatro años más tarde decidí inaugurar esa línea como exposición itinerante en el CEC de Rosario, Argentina, con el mismo nombre: *Una línea de polvo. Arte y drogas*, en 2012. Stephany, hermana del artista, quien vivía en Argentina, llevó unas camisetas del producto que complementaban el stand que montamos allí para dar a conocer *Snow drogas*.

Desde entonces, el proyecto se convirtió en una de las obras que mejor permitieron dialogar sobre las complejidades de la guerra contra las drogas en Colombia y el conflicto armado interno, en las versiones que la muestra ha tenido en una década, en Brasil, Bolivia, Ecuador, Colombia, México y Uruguay (Rueda, 2018, p. 185).

En 2013 Montenegro registró la marca en la Cámara de Comercio de Bogotá, como proveedora de productos farmacéuticos, y más adelante expidió acciones para la bolsa de valores:

En su inicio, la empresa se constituyó como E.U. (empresa unipersonal), modalidad que la limitaba para la expedición de

acciones. Para continuar en consecuencia a los factores que se van sumando en el crecimiento de una compañía, SNOW se transformó en S.A.S.: empresa por acciones simplificadas, permitiendo generar títulos valores y diseñando estos de manera que se puedan convertir en una pieza estética de exhibición. (Comunicación con el autor, 2019)

Ese mismo año, *Una línea de polvo. Arte y drogas* se presentó en el espacio independiente Barração Maravilha, en Rio de Janeiro, por intermediación de la artista carioca Natali Tubenchlak. Una tarde de sábado abrimos la muestra y los narcocorridos se mezclaban con la samba del bar de la esquina en el legendario barrio de Lapa. Una celebración. Para el lunes siguiente, nos encontramos con que el espacio había sido asaltado y se habían robado los monitores de tv y otros equipos. Afortunadamente, los ladrones no tenían interés en los dibujos, pinturas, fotografías, banderas y afiches que constituían la exposición. Solo habían robado las camisetas de *Snow drogas* con su frase promocional «100% colombiana». Montenegro jamás lamentó la pérdida, y a decir verdad, cuando llamé uno por uno a los artistas a contarles de la situación, preguntaban ansiosos si sus obras habían sido de las escogidas por el bajo mundo local como trofeo, y al darles la buena noticia de no haber sido robados, sentía en sus voces cierta decepción.

Como mencioné al inicio de este texto, *Snow drogas* es un proyecto adelantado a su tiempo. Antecede en más de una década los primeros intentos serios de regular la sustancia, como la campaña «Coca regulada, paz garantizada» de Julián Quintero, «Échele cabeza» y «Zara Snapp» (Quintero, 2020, p. 367); y obras artísticas muy posteriores que han intentado sacudir el tema, como *doSIs personal*, del legendario Antonio Caro, y la celebrada cocaína virtual a cambio de criptomonedas de Camilo Restrepo ‘*a ToN oF coke*’ (Rueda, 2019, p. 163).

En pocas líneas, *Snow drogas* es una audaz y pionera obra que se atrevió —hace más de veinte años— a tratar de resolver con inteligencia el problemático asunto de la cocaína en Colombia (Sáenz Rovner, 2021), planteando un tema en ese entonces tabú: la descriminalización de la sustancia, su regulación, la posibilidad de acceder a ella sin impurezas ni manipulaciones, sin bandas de microtráfico, ni grandes capos, ni carteles. Indirectamente indica que Colombia puede llegar a ser el primer productor legal de una sustancia que como se comercializa hoy, en manos de organizaciones criminales y sus cómplices en la legalidad, no nos ha traído otra cosa que muerte y desolación.

Referencias

- Lindsay-Poland, John (2020). *Plan Colombia. Atrocidades, aliados de Estados Unidos y activismo comunitario*. Universidad del Rosario.
- Montenegro, Fabián (2001). *Snow drogas*. 38 Salón Nacional de Artistas. Ministerio de Cultura.
- Quintero, Julián (2020). *Échele cabeza. Una mirada al consumo y a cómo se drogan los colombianos*. Ariel.
- Rueda, Santiago (2008). *Una línea de polvo. Arte y drogas en Colombia*. IDARTES.
- . (2018). *Post scriptum-Una línea de polvo*. Con-tensión editorial.
- . (2019). *Plata y plomo. Una historia del arte y de las sustancias (i)lícitas en Colombia*. Planeta.
- Sáenz Rovner, Eduardo (2021). *Conexión Colombia. Una historia del narcotráfico entre los años 30 y los años 90*. Crítica.

AmeliCA

Disponible en:

<https://portal.amelica.org/amelijournal/271/2715168019/2715168019.pdf>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en portal.amelica.org

AmeliCA
Ciencia Abierta para el Bien Común

Santiago Rueda,
Snow Drogas «¡Es tu decisión!»: Una estrategia de marketing como proyecto artístico

post(s)

vol. 10, p. 260 - 265, 2024

Universidad San Francisco de Quito, Ecuador

posts@usfq.edu.ec

ISSN: 1390-9797

ISSN-E: 2631-2670

DOI: <https://doi.org/10.18272/posts.v10i1.3140>



CC BY-NC-SA 4.0 LEGAL CODE

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.