

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

FACULTAD DE PUBLICIDAD

**COMUNICACIÓN PARA LA COMERCIALIZACION DE LAS ARTESANIAS
CHACHIS**

PUBLICIDAD MENCION CREATIVIDAD

PROFESOR GUIA: EDWIN TROYA

AUTOR: JAVIER GRANIZO MOREJON

2002

ÍNDICE

DEDICATORIAS

AGRADECIMIENTOS

CAPÍTULO I

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1) CULTURA

- i) Cultura
- ii) Cultura Espiritual
- iii) Cultura Material
- iv) Cultura no Material

2) FILOSOFÍA DEL FOLKLORE

- i) Folklore
 - (a) Introducción al Folklore ecuatoriano
 - (b) Folklorología
 - (c) Relación del Folklore con otras ciencias
 - 1. Historia
 - 2. Antropología
 - 3. Ednografía
 - 4. Ednología
 - 5. Ednomusicología
 - 6. Ednohistoria
 - 7. Etnología
 - 8. Sociología
- ii) Tipos de Folklore

3) INTRODUCCIÓN SOBRE LAS ARTESANÍAS

CAPÍTULO II

BREVE HISTORIA DE LOS CHACHIS

CAPÍTULO III

1) DISEÑO, CULTURA Y ARTESANÍAS LATINOAMERICANAS

- i) Diseño y Hominidad
- ii) El hombre animal social
- iii) Hombre, cultura, diseño
- iv) El diseño como carrera
- v) Diseño artesanal
- vi) Cultura, arte popular y artesanías
- vii) Arte
- viii) Popular
- ix) Artesanías
- x) El diseño como carrera y las artesanías
- xi) Tradición, artesanías y diseño

2) REFLEXIONES FINALES

CAPÍTULO IV

COMUNICACIÓN Y CULTURAS POPULARES EN LATINOAMÉRICA

- i) Introducción

- ii) De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular
- iii) La cultura popular en América latina

CAPÍTULO V

CULTURA POPULAR Y TÉCNICAS

- i) Orientación de la comunicación
- ii) Cultura popular y medios de comunicación
- iii) Semiótica

CAPÍTULO VI

ESTRATEGIA CREATIVA

- Brief Creativo
- Análisis del logotipo

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

A mi abuelito José y mi hermano Diego Alejandro por ser las personas más valiosas en mi vida , a mis padres y hermanos que con su cariño y consejos me han apoyado para salir adelante en toda mi carrera estudiantil.

A la que considero mi sobrina Florencia por haber sido un estímulo más para seguir adelante en la vida. A mi tía Alcira por su constante y dedicado apoyo, al Divino Niño Jesús que con sus oraciones cobijaban mi espíritu para luchar ante cualquier adversidad.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la vida y unos padres que en cada momento me han apoyado en toda mi carrera estudiantil. A mis amigos incondicionales Juan Francisco Acevedo y Javier Duque que en los buenos y en los malos momentos han estado siempre presentes. A los profesores de la Universidad guías fundamentales para mi formación universitaria. A mi novia Gaby por su valiosa ayuda. A las familias Acevedo Granja y Duque Díaz por su interés, apoyo y lo más importante su amistad.

CAPÍTULO

I

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Para un mejor entendimiento de este proyecto, es conveniente el realizar un breve análisis de términos, que a nuestro juicio, son necesarios comprenderlos y manejarlos correctamente; y así tener una idea mas concreta de lo que vamos a comunicar en la campaña publicitaria. Estos tres términos son: cultura, folklore y artesanías, con sus propias subdivisiones, ya que están íntimamente ligados con todo el trabajo.

CULTURA - Objeto de estudio de la Antropología Cultural y, en consecuencia del Folklore. La palabra reviste tres sentidos: el literal, el corriente y el científico o antropológico. Literalmente, viene a ser cultivo, del latín; cultura de cereales, cultura física, agricultura, etc.. Bajo el sentido corriente; expresa la idea de cúmulo de conocimiento, sapiencia, libros leídos. Se dice "sujeto culto" a uno que demuestra erudición, densidad intelectual, valor literario. Al Folklore sólo le interesa la acepción científica según la cual es la cultura la suma total de las creaciones humanas. Así la definió Kröeber, preciso y sintéticamente. Todo lo del Hombre es, pues, cultura a excepción de sus aspectos físicos. Es Cultura material o cultura no material, según sea concreta o no.

"Cultura -dijo Arthur Ramos, en sus clases-, es todo aquello que trasciende la conducta natural del Hombre, trasciende su vida instintiva y refleja: es la prueba del paso del Hombre por los caminos del mundo; es una herencia que se va perfeccionando progresivamente; es el Hombre proyectado en su universo circundante: es todo cuanto esté por encima de la naturaleza animal del Hombre; es una

progresiva conquista de técnicas, con las cuales el Hombre busca ultra-pasar su condición de animal natural”.

Es cultura el libro que leemos, nuestra manera de leerlo, nuestra casa, los muebles de nuestra casa, nuestras ropas, los juguetes de los niños, etc.. Nuestro pelo, sin embargo, no es cultura, pero sí lo es el tipo de peinado. Acto sexual no es cultura, pero lo son las formas de llevarlo a cabo, desde el enamoramiento preliminar. Muerte, tampoco es cultura; pero a su alrededor hay numerosos ritos y costumbres que lo son.

Así considerada, la cultura se caracteriza por transmitirse socialmente, de generación a generación, y ser factible de progreso o perfeccionamiento. Es, en consecuencia, una herencia social. En resumen, el hecho cultural posee las siguientes cualidades fundamentales: exterioridad, coercitividad, interdependencia y perfeccionabilidad. Todas estas peculiaridades juntas determinan la dinámica cultural. Por lo demás, los hechos culturales están compuestos de rasgos culturales y un conjunto de rasgos entreligados forma un complejo. Considerando que el hecho folklórico es necesariamente un hecho cultural, se concluye que el concepto de cultura, para el Folklore, es un concepto básico.

CULTURA ESPIRITUAL – Sinónimo de cultura no material. Debido a sus connotaciones religiosas, la expresión a veces resulta impropia.

CULTURA MATERIAL – Aspectos palpables de la cultura. Creaciones del “hacer”. Es la cultura material el manantial inagotable del folklore ergológico, aunque éste no pueda ser estudiado sin sus correspondientes aspectos de cultura no

material, los cuales le son derivados o determinantes, según el enfoque.

CULTURA NO-MATERIAL - Aspectos no palpables de la cultura. Creaciones del "pensar" y del "sentir". Se ve la cultura no material, principalmente, en el folklore poético, el folklore narrativo, el folklore lingüístico, el folklore social y el folklore mágico.

FILOSOFIA DEL FOLKLORE - Disciplina del curso superior de Folklore General, dedicada al estudio de las corrientes de pensamiento que tratan de explicar el origen de los hechos folklóricos. Mientras el Folklore Comparado conduce al descubrimiento de dichos orígenes, la Filosofía del Folklore investiga sus causas. En Brasil, Arthur Ramos intentó sistematizarla, al estudiar las corrientes mitográficas, filológicas y alegóricas, físicas y astronómicas, históricas y difusionistas, evolucionistas, funcionalistas, Psicoanalíticas.

FOLKLORE - Sinónimo de Ciencia folklórica y de hecho folklórico.

TIPOS DE FOLKLORE

FOLKLORE AGRESIVO - Una de las categorías de hechos folklóricos que debe ser perseguida y aniquilada, según el punto de vista del folklore educacional. Los hechos folklóricos agresivos son, en otros términos, los no confraternizadores, los creadores de conflictos latentes o declarados. Una sola palabra, una sola mímica, a veces, arruina una amistad floreciente, compromete la tranquilidad colectiva, roba la paz a los ancianos callejeros. Encuéntrase folklore agresivo en el folklore poético y infantil de alusión, réplica y engaño; en el folklore poético oculto de

las payadas en algunos juegos de competición.

FOLKLORE APROVECHABLE - Hechos folklóricos que deben ser protegidos y restaurados, según el punto de vista del folklore educacional. En la clasificación del autor, dichos hechos se dividen en las siguientes categorías: éticos, estéticos, tests imaginativos, mnemónicos, motivadores (v), confraternizadores.

FOLKLORE COMPARADO - Elabora paralelos de folklores regionales con el fin de descubrir sus orígenes geográficos, en otras palabras, saber "de dónde vino" el hecho folklórico en cuestión. Trabaja intensamente con las variantes.

También a veces utiliza el concepto de aculturación, a través del cual encuentra explicaciones para determinados casos.

FOLKLORE CONFRATERNIZADOR - Es sobre todo para lograr situaciones de confraternidad o unión, que la pedagogía folklórica debe recurrir al folklore poético de cuenta, sucesos y juegos; también al folklore musical y a los trajes y arte popular.

FOLKLORE CRIMINOLÓGICO - Estudio de las relaciones entre el Folklore y la Criminología, en el cual se analiza la posición de la justicia ante los delitos de naturaleza folklórica.

FOLKLORE DESECHABLE - Hechos folklóricos que deben ser perseguidos y aniquilados, según el punto de vista del folklore educacional. En la clasificación del autor, dichos hechos se dividen en las siguientes categorías: genitales, escatológicos, para-escatológicos, para-psicopatológicos, agresivos.

FOLKLORE EDUCACIONAL - Capítulo del folklore interdisciplinario. Estudio de las relaciones entre el Folklore y la Educación, en el cual se señalan los hechos folklóricos aprovechables, es decir, aquellos que deben ser protegidos y restaurados y los hechos folklóricos desechables, o sea aquellos que deben ser perseguidos y aniquilados. Cuando ese estudio se concentra sobre un área concreta, con miras a intervenir en su sociedad a fin de mejorar sus condiciones de vida, pasa a llamarse Folklore Educativo Aplicado o simplemente Folklore Aplicado.

FOLKLORE EDUCACIONAL APLICADO - Es el Folklore Educativo que no se limita al estudio teórico y especulativo de las relaciones entre Folklore y Educación, sino que elabora planes concretos para intervenir y mejorar el área estudiada. Deberían elaborarse con mayor frecuencia, por ejemplo, programas de Medicina Popular Aplicada-, o sea, Folklore Médico Educativo Aplicado-, con miras a sustituir en determinadas áreas su Medicina empírica por una Medicina racional y científica. Ello demuestra que la utilización del folklore no es un pasatiempo. Muy al revés, como ciencia le corresponde el derecho y el deber de intervenir en el orden social, conservándolo o modificándolo para mejorarlo.

"Nuestras investigaciones -dijo Durkeim-, no merecerían una hora de esfuerzo si sólo -tuvieran un interés especulativo".

Recuérdese, sin embargo, que no se alcanza esta fase final hacer con que el Folklore sea útil a su propio objeto de estudio: el Hombre, sino después de haberse cumplido con las correspondientes fases preliminares de la investigación, entre las cuales se cuenta la clasificación.

"Conocer la realidad —dice Costa Pinto—, es el primer paso para su transformación".

En contra de esta orientación moderna; dinámica de las Ciencias del Hombre, hay quienes todavía defienden la clásica posición del estudio desinteresado. Las dos posiciones son igualmente honorables e importantes. Abrazar una u otra es una cuestión de vocación, no debiéndose menospreciar a los folkloristas que aman el estudio por el estudio.

FOLKLORE ERGOLÓGICO — Capítulo del folklore factual que estudia el hecho folklórico derivado de las relaciones del Hombre con las fuentes materiales de producción. Es el folklore del "producto". (Ergología viene de ergon, músculo. Ergofobia: aversión mórbida a la actividad muscular para la consecución del producto). La cultura material, sin embargo, se halla presente ya en determinados rasgos de los referidos Folklore Mágico y Folklore Social. ¿Cómo y cuándo estudiarla en conexión con el Folklore Ergológico? Siempre que nuestro interés se concentre sobre la substancia que la conforma. En cuyo caso, no nos interesa saber primordialmente si se tratan de objetos religiosos, o instrumentos musicales o juguetes, o indumentaria... Nuestro cuidado reside en saber si son "trabajos en madera", o "trabajos en metales", etc. Es este un capítulo, por lo tanto, que invade el campo de las demás especies folklóricas, requiriendo mucha atención. He aquí nuestra clasificación:

I. Ergología de subsistencia o biológica:

Habitación

Cocina o Alimentación (Comidas y bebidas)

Transporte

Indumentaria (Tejidos, encajes y bordados)

II. Ergología decorativa y/o utilitaria:

Cerámica

Cestería y trenzados

Escultura y grabado

Pintura

Trabajos en oro y plata

Trabajos en otros metales

Trabajos en piedras (no preciosas, semipreciosas o coloreadas, preciosas y sintéticas)

Trabajos en piel (tatuajes, etc.) y cuero

Trabajos en cuernos y huesos mutilaciones dentarias, etc.)

Trabajos en papel (Banderines, tarjetas amatorias, etc.)

Trabajos en tejidos (no relativos a la indumentaria).

III. Ergología lúdica:

Pirotecnia

IV. Ergología ritual:

Sitoplástica

V. Arte popular

FOLKLORE ESCATOLÓGICO – Comprende los hechos ligados a las heces (coprolagnia) y a la orina (urolagnia), tal como la conceptuó Havelock Ellis, basándose en el proverbio "Inter faeces et urinam nascimur". El folklore escatológico puede ser médico o no médico. El no médico aparece en el cancionero, en los juegos, en las adivinanzas, en los refranes. Hay una modalidad del folklore escatológico que rehuye al folklore secreto, pudiendo considerarse folklore aprovechable.

FOLKLORE ESCRITO – Hecho folklórico que se transmite por vía escrita: villancicos difundidos en las hojas sueltas de

navidad, testamentos de Judas, tarjetas amatorias, folletos populares ("literatura de cordel"), leyendas de camiones, carteles de venta al contado, cartas a Dios, Ex-votos con explicación... Ya no cuaja la vieja discusión sobre si dicha clase de hechos es o no folklórica. Es evidente que sí lo es. De ahí la impropiedad en decirse que el hecho folklórico se transmite por "vía oral". Prefiero la expresión "transmisión espontánea" o no institucionalizada, con lo que se incluyen las ideas de impreso y no impreso. No se vaya a confundir el "folklore escrito" con los cuadernos de los informantes, aquellos en que hay repertorios de teatro, recetas de cocina, oraciones de medicina popular, etc.

FOLKLORE ESPECIAL - Conjunto de las siguientes disciplinas del curso superior de Folklore General: Folklore Temático, Folklore Comparado, Folklore Interpretativo y Folklore Interdisciplinario.

FOLKLORE ESTÉTICO - Que debe ser protegida y restaurada, según el punto de vista del folklore educacional. Hay belleza, por ejemplo, en numerosas coplas. Bien declamadas e ilustradas logran los objetivos perseguidos por el maestro, al utilizarlas en clase.

Aquel que no tenga madre
Que no pare de llorar
Para llorarla son pocas
Las agüitas de la mar.

(Col. Rodríguez Marín).

Es este un hermoso ejemplo de cariño y penas filiales. Los romances, igualmente, son expresiones de belleza, no sólo por sí mismos, sino aun por lo que quieren. Las leyendas, a su vez, también desarrollan funciones estéticas e imaginativas

para la pedagogía folklórica, aunque no todas puedan utilizarse, pues si bien contienen elementos de belleza, les faltan elementos morales.

FOLKLORE ÉTICO – Una de las categorías de hechos folklóricos que debe ser protegida y restaurada, según el punto de vista del folklore educacional. No puede negarse el valor ético de ciertos cuentos de animales, y de muchos refranes, por ejemplo. A veces, la finalidad ética no sólo se desprende, naturalmente, de la pieza narrada, como aún se expresa en moralejas conclusivas.

FOLKLORE FACTUAL – Parte del folklore general que estudia las diferentes categorías de hechos folklóricos, las cuales pueden clasificarse según las relaciones del Hombre con la belleza inmaterial –folklore poético con la trama –folklore narrativo, con el habla –folklore lingüístico–, con el mundo sobrenatural –folklore mágico–, con la sociedad –folklore social –, y con las fuentes materiales de producción folklore ergológico. Suele aplicarse la expresión Literatura Oral a los tres primeros grupos reunidos.

FOLKLORE GENERAL – Folklore teórico. Es parte de la Ciencia folklórica que estudia determinado tipo de hecho social, aquel que se caracteriza, principalmente, por ser anónimo y no-institucionalizado y eventualmente, por ser antiguo, funcional y pre-lógico. Su conocimiento sistemático debe hacerse a través de un Curso Básico (de formación de investigadores) y de un Curso Superior (de formación de profesores de folklore).

FOLKLORE GENITAL – Una de las categorías de hechos folklóricos del folklore secreto. No me refiero a la expresión sublimada de la vida sexual, a lo que llamamos amor

en el sentido más puro del término. Hechos de amor, son hechos éticos y estéticos, folklorizados en leyendas, cuentos, coplas, etc. Un ejemplo: la hermosa colección de "coplas amorosas" de Rodríguez Marín. Por hechos folklóricos genitales "desechables" me refiero a aquellos hechos ligados a los órganos genitales o a partes del cuerpo humano conectados con éstos, sin que en dichas alusiones haya elementos éticos y/o estéticos. En otros términos, hechos referentes de modo "grosero" al falus, a la vagina, y al anus pervertido. Tal estudio puede dividirse en los siguientes capítulos: anatomía genital, fisiología genital y simbolismo genital. Se debe recoger el folklore genital y publicarlo, en igual medida que el no genital. Cuando haya dificultades editoriales, motivadas por actitudes de censura, resta el recurso de las ediciones limitadas, para especialistas, bajo el mismo título de Folklore Genital o, más ampliamente, como quería Saint Yves: Gabinete secreto del folklore. Dicho "gabinete" no es ningún repertorio de obscenidades como lo ven los puritanos, sino valiosa colección de material científico.

FOLKLORE GEOPOLÍTICO - Estudio de aquellas manifestaciones de los folklores regionales que son el producto de luchas de ciudades o de pueblos entre sí.

En algunos países de América Latina se les aplica el sinónimo de "Folklore Geográfico". Prefiero la expresión "Folklore Geopolítico", puesto que dichas manifestaciones también involucran tensiones sociales plenamente manifiestas. Se trata, pues, de un folklore—generalmente despectivo—, sobre áreas urbanas en conflictos telúrico e ideológico-cultural.

Las mujeres de Quevedo
son como las de Pinocha:
apenas topan un hombre
se tuercen como melcocha.

FOLKLORE IMAGINATIVO - Ciertos romances, leyendas y cuentos (v), a más de ser empleados como hechos estéticos, también lo son con fines imaginativos. Los "cuentos de encantamiento" y los "cuentos de ejemplo" corresponden plenamente a dichos objetivos imaginativos.

FOLKLORE IMPRESO - Sinónimo de folkllore escrito.

FOLKLORE INTERDISCIPLINARIO - Es el estudio de la ciencia folklórica considerada en sus relaciones con materias afines -Psicoanálisis, Educación, Criminología, Economía, Psicopatología, Relaciones Internacionales. etc.

FOLKLORE INTERPRETATIVO - Dedicada al estudio de la significación intrínseca del hecho folklórico a través de la práctica de la interpretación. La rama lógica del Folklore Interpretativo, además, comporta interpretaciones de varios tipos: astronómicas, lingüísticas, psicológicas, económicas, históricas, gráficas. En consecuencia, el Folklore Interpretativo necesariamente recurre al Folklore Psicoanalítico y otras ramas del Folklore Interdisciplinario. Dicha recurrencia, sin embargo, no quita la independencia del Folklore Interdisciplinario, pues éste encierra algunas materias sin valor ninguno para las interpretaciones, tales como el Folklore Educativo y el Folklore Criminológico (v).

FOLKLORE LINGÜÍSTICO - Estudia el lenguaje oral, popular, el lenguaje mímico, los pregones y otros tópicos por el estilo.

Dentro del lenguaje oral se observan las siguientes

subdivisiones: Voces propiamente dichas, Modismos, regionalismos, Apodos, Toponimias.

FOLKLORE MÁGICO – Dedicado al estudio de la Magia propiamente dicha, del animismo, de la religión, del totemismo, del fetichismo, del tabuismo, de las creencias y de la medicina popular. Estos sistemas y sus símbolos suelen mezclarse produciendo sincretismo animismo-fetichismo, religión-totemismo, religión-fetichismo, etc. En decorrencia: espíritus-fetiches, dioses-tótems, dioses-fetiches, etc. Algunos especialistas emplean las expresiones sabiduría popular y saber popular aplicadas, respectivamente, a la magia propiamente dicha y a la medicina popular. En muchos casos se ha visto el uso inadecuado de superstición como sinónimo de magia.

FOLKLORE MÉDICO – Medicina popular, Magia Médica. Sinónimo de Medicina folklórica.

FOLKLORE MNEMÓNICO – Favorece el desarrollo de la memoria. Tipo de versos del cancionero infantil y adulto. En el concepto de Cámara Cascudo:

“Fórmulas divulgadoras de los primeros principios, de los real-inmediato, nomenclaturas indispensables para la sabiduría popular: números, días de la semana, meses, nombre de los dedos, etc.”.

Son las mnemotécnicas los finger rhymes, tan conocidos universalmente. Fijan “en la memoria infantil los datos inmediatos del pequeño mundo ambiente”:

A la una sale la luna,

a las dos sale el reloj,
a las tres sale el marqués,
a las cuatro el lindo gato,
a las cinco el lindo brinco,
a las seis sale el rey,
a las siete el diablo se mete,
a las ocho come bizcocho,
a las nueve llueve,
a las diez sale el ciempiés.

FOLKLORE MORIBUNDO - Hecho folklórico que en virtud de los cambios culturales ya casi ha perdido su fondón y sólo es conocido por poquísimos elementos de la comunidad. Se halla en la memoria de ancianos y emerge únicamente cuando se evoca el pasado.

FOLKLORE MOTIVADOR - Huelga aclarar la voz motivación y subrayar su importancia en la pedagogía moderna. No se elaboran planes de clases y de cursos, hoy día, sin tomar en cuenta sus motivaciones -del comienzo y del medio- y las técnicas con que serán puestas en práctica. La motivación - motivo de acción- crea las condiciones psicológicas del aprendizaje, es decir, despierta la curiosidad, intensifica el interés, produce ansias por conocer. El folklore es campo fértil para la motivación pedagógica. Sirve a clases de historia, de geografía, de religión, de sexualismo, de civismo, etc. En efecto, se puede recurrir a copias amorosas, religiosas, carcelarias e históricas; a payadas históricas y tipológicas; a leyendas históricas y etiológicas: a adivinanzas aritméticas a cuentos religiosos, etiológicos, del demonio burlado, etc.

FOLKLORE MUERTO - Hecho folklórico ya inexistente, debido a fuertes cambios culturales. No vive siquiera en la memoria de

los ancianos. Únicamente los registros de los viajeros y los archivos nos proporcionan noticias sobre ellos.

FOLKLORE MUSICAL - Sinónimo de música y danzas, según algunos folkloristas.

FOLKLORE NACIENTE - Hecho folklórico "in statu nascendi", sea, sin antigüedad todavía. Es producido por los cambios culturales y por lo visto promete ser aceptado por muchos portadores. Para ello, desarrolla a cabalidad su función. Si realmente fuere aceptado pasa a la categoría de folklore vivo; y si no, luego se transforma en folklore muerto. Resulta muy difícil identificar los folklores nacientes como tales, pues en ese momento forman una unidad inextricable el creador y el portador de dichos hechos. Además, cómo saber si es "naciente" si en muchos casos ni siquiera se sabe si es "folklórico". De todos modos, su existencia es indiscutible, puesto que no puede negarse la dinámica cultural y los cambios culturales, siendo ellos que determinan la formación de lo nuevo y el exterminio de lo viejo.

FOLKLORE NARRATIVO - Parte del folklore factual. Comprende el estudio de los mitos, las leyendas, los cuentos, los casos y los chistes.

FOLKLORE PARA-ESCATOLÓGICO - Una de las categorías de hechos folklóricos del folklore secreto. Son aquellas piezas no propiamente escatológicas, en otros términos, no referentes directamente a las heces y/o a la orina, sino a la saliva, a la menstruación, a los gusanos, etc. Dentro del Folklore Psicoanalítico el folklore para-escatológico no corresponde exactamente a la libido anal, pero se le aproxima. Hay un denominador común en estas y en aquellas clases de hechos: la sordidez. Ejemplos chilenos de medicina folklórica para-

escatológica:

- "Para evitar que los ebrios beban, se hierven cinco ratoncitos chicos; se da esa agüita al borracho".
- "Para los orzuelos, se pille una mosca, frenándose su culito tres veces sobre la enfermedad, a nombre de la Santísima Trinidad; luego se suelta viva la mosca".

FOLKLORE PARA-PSICOPATOLÓGICO - Se reconocen a dichos hechos con la ayuda del Psicoanálisis. Es indispensable que el educador-folklorólogo sepa hallar las raíces sociales tradicionales de las enfermedades mentales... Los mitos de personajes crueles, amenazadores, castradores, monstruosos, deben ser barridos irrevocablemente. Pues no es sano mantener despiertos a nuestros niños por la noche, o infundirles el terror de La oscuridad, llevándolos a comparar a su papá con el cuco o el lobizón, etc. En igual situación están los casos mitológicos, aquellos sobre misteriosas mulas en carreteras de poca circulación, o malas visiones que sorprenden a los descuidados viajeros. La magia payé es otro campo de locos latentes o perturbados mansos, hasta el momento en que constituyen un real peligro. Para el folklore educacional de nuestros días, muchos aspectos de esta María de invocación de espíritus y santos deben acabar. Pues se cree que acarrear trances histéricos, en virtud de sus gritos y desesperación, dejando postrados a los mediums. Es un discutible punto de vista. En otros términos: no se debería favorecer a la magia de hechicería y curanderismo, de animismo y fetichismo, de totemismo y tabuismo. No rara vez, el folklore del pavor acarrea consecuencias más graves aun: el suicidio.

FOLKLORE POETICO - Comprende el estudio del cancionero, del romancero, del refranero y del adivinancero.

FOLKLORE PSICOANALÍTICO - Estudia las relaciones entre el Folklore y el Psicoanálisis, analizando las influencias inconscientes que ejercen sobre los hechos folklóricos la libido oral, la libido anal, la libido genital, el narcisismo, la identificación, el complejo de Edipo, el complejo de castración, la angustia, las fantasías infantiles sobre el nacimiento, los mecanismos del aparato psíquico y el simbolismo. Para ello, recurre a la noción de tipos y motivos.

FOLKLORE REGIONAL - Estudios operados sobre realidades geográficas: Folklore del Ecuador, Folklore del Brasil, etc. Requiere del conocimiento previo de Folklore General. En cierto modo, son estudios de comunidad.

FOLKLORE RELIGIOSO - Estudio de la religión folklórica, es decir, de los aspectos folklóricos de la religión.

FOLKLORE SECRETO - Comprende las siguientes partes del folklore desechable: el folklore genital, el folklore escatológico, y el folklore paraescatológico. La expresión fue propuesta por Saintyves, en 1936: "cabinet secret du folklore".

FOLKLORE SISTEMÁTICO - Especies folklóricas. Sinónimo de folklore factual.

FOLKLORE SOCIAL - Estudia aquel hecho folklórico que ocurre durante grandes concentraciones: fiestas, teatro, música y danzas, juegos, máscaras, enmascarados, y disfrazados, familia, trabajo. En otros términos, el folklore social es el

folklore de las relaciones del Hombre con la sociedad, procesándose éstas como si la sociedad fuera un triángulo y el Hombre su centro. En un ángulo se ubican las relaciones de nacimiento, educación, reproducción y muerte (familia); en el otro, las relaciones de diversión (fiestas, teatro, música y danzas, juegos, máscaras, enmascarados y disfrazados); y en el último, las relaciones de subsistencia (trabajo).

FOLKLORE TEMÁTICO - Consiste en la enseñanza de cómo elegir un tema e investigar su presencia a través de las seis conocidas especies del folklore factual. En realidad, todavía carece de mayores normas y principios. Ya no son pocos, sin embargo, los trabajos de folklore temático. Y suelen titularse tomando como punto de referencia el tema central, al cual se añade el sufijo "en el folklore".

Ejemplos: El gallo en el folklore, la chicha en el folklore, el caballo en el folklore... Folklore temático no debe confundirse con ciclo folklórico.

FOLKLORE TEST - Tests son problemas y nada mejor que ellos para educar la inteligencia, desarrollar habilidades vocales, comprobar la rapidez de los razonamientos. Son así los trabalenguas, y las adivinanzas. A aquellos se ha llamado además, "Parlendas con obstáculos", "Ejercicios de dicción", "Problemas para desherrunbar la lengua"... En dichas denominaciones está un valor educativo. Al seleccionar las piezas para fines pedagógicos, el folklore educacional toma en consideración otros factores más. Así, no elige a las adivinanzas sin antes apreciar su estilo de redacción y la solución del enigma.

FOLKLORE VIVO - Contraponiéndose al folklore muerto, el

folklore vivo es aquel cuya función se desarrolla plenamente. Nace de los cambios culturales y vuelve a desaparecer en virtud de nuevos cambios.

FOLKLORISTA - Sinónimo de Folklorólogo. Algunos autores, sin embargo, aplican la voz "Folklorista" a los intérpretes de proyección estética, mientras llaman "Folklorólogos" a los científicos, distinción algo forzada. En efecto, no es muy apropiado considerarse como folkloristas a los nativistas.

FOLKLÓROLOGO - Folklorista. Profesional de la Ciencia Folklórica.

INTRODUCCIÓN SOBRE LAS ARTESANÍAS

Los elementos comunes entre el arte popular y a las artesanías:

- a) El taller;
- b) La técnica;
- c) La enseñanza; y
- d) El medio social de consumo.

En cuanto al taller, "el concepto de artesanía envuelve, desde luego, la de idea de un taller colectivo organizado, donde existe un maestro con sus oficiales que practican un oficio bien determinado", teniendo a la producción en serie. Mientras tanto, "en el arte popular, el sujeto que trabaja, un simple hombre del pueblo, sin profesión determinada económicamente hablando, hace su obra a menudo como una actividad paralela a sus ocupaciones habituales en cualquier rincón de la casa, sin habilidades especiales ni recursos adecuados: su producción es de escala reducida".

En cuanto a la técnica, "la artesanía implica el dominio de un oficio técnico racional, más o menos desarrollado,

según sea la cantidad disponible para sus instalaciones; implica también la subdivisión del trabajo y la noción de salario, pagado a los obreros". En cambio, el arte popular, por lo general, no dispone de herramientas especializadas y sus recursos técnicos son más bien hereditarios. "Es común que un obrero realice, solo, todo el proceso de manufactura, desde la búsqueda del material hasta la concepción y ejecución de la obra. En todo caso, no existe en su labor la subdivisión del trabajo".

En cuanto a la enseñanza "en el taller artesanal hay un maestro o varios, a cargo de la dirección y responsabilidad del trabajo, secundados por sus oficiales y ayudantes, abocados a las diversas etapas del proceso". Hay también aprendices que reciben en la práctica diaria las nociones de las diversas fases de elaboración, preparándose a su vez para ser ayudantes y maestros cuando perfeccionan sus conocimientos". En cambio, "en el arte popular la enseñanza se hace por comunicación directa en el trato familiar, sin sistema racionalizado previamente, como quien dice por contacto involuntario con los recursos manuales establecidos, percibidos en la convivencia doméstica de los hogares, entre padres, hijos y parientes".

Finalmente, en cuanto al medio social de consumo, el taller artesanal sirve a un campo social más extenso y durante todo el año, mientras que las artes populares se producen en núcleos de poblaciones muy reducidos y en determinadas épocas. Es decir, las artes populares son más locales y regionales.

Por arte primitivo, a su vez, se desea entender el producto artístico de las comunidades indígenas todavía poco aculturadas.

Isabel Aretz, con acierto, propone que se denomine artesanía moderna a aquella en la cual faltan las características "folklóricas" de las artesanías tradicionales. Por otra parte, también propone el vocablo "manualidades" para aquellos "objetos provenientes de la enseñanza escolar, sean hechos en las Escuelas de Manualidades o en las casas". Sugiere otros vocablos más, no absolutamente indispensables al Folklore.

ARTE PRIMITIVO.- Producto artístico de las comunidades indígenas todavía poco aculturadas. Difiere de Arte popular, artesanías y manualidades.

ARTESANIAS.- Hechos de cultura material que difieren del arte popular en cuanto al taller, a la técnica, a la enseñanza y al medio social de consumo. Difieren aún de arte primitivo. Cuesta admitir que las artesanías sean folklore. Sin embargo, algunos autores hablan de "artesanías folklóricas", como si no hubiera incongruencia.

CAPÍTULO

II

BREVE HISTORIA DE LOS CHACHIS

DE LAS MONTAÑAS... A LA SELVA Y EL RÍO

"A mí estas historias me contó mi papá y a él dice que contó su papá y su abuelo" Es así, por medio de la tradición oral, que el pueblo Chachi ha logrado conservar por siglos su origen y su historia.

Hoy son los viejos, sobre todo, los que mejor cuentan su pasado. Es cierto que plagado de mitos y leyendas, pero indudablemente basados en hechos históricos.

Los jóvenes también van añadiendo a su historia su propia interpretación. nosotros vinimos acá ¿sabe por qué?, porque nosotros y nuestros abuelos más avispados buscan el río manso, a ellos no les gusta vivir en río bravo. Yo conozco la Sierra, es río bravo; en el Oriente también es río, ... feo. Pero acá es suave, bañable...".¹

DE QUITO A IBARRA

El origen de los Chachis es aún motivo de discusión. Hay quienes afirman que son originarios del Oriente, otros que son desprendimientos de tribus de Colombia. Sin embargo, todos coinciden, partiendo de su propia tradición, en ubicarlos en Ibarra antes de su descenso al litoral.

Según la versión que nosotros pudimos recoger en el río Cayapas, los primeros habitantes de este pueblo vivieron en Quito. Luego de haber permanecido mucho tiempo en la ciudad donde nació Atahualpa tuvieron noticias de que hombres blancos y barbudos se acercaban, que estos no venían en paz,

(1) Entrevista a José caicedo, Camarones.

(2) Las frases que aparezcan entre comillas, sin número de cita, son pronunciadas por compañeros Chachis entrevistados en el río Cayapas.

sino que venían "conquistando", que "habían invadido la tierra donde ellos habían nacido"². Decidieron entonces retirarse hacia el norte.

Su primera caminata terminó en Ibarra, donde "hicieron una ciudad grande que tenía una iglesia grande con una campana". Pero las noticias eran cada vez más alarmantes. Los españoles "trataban mal a la gente, quemaban las casas, robaban lo que encontraban, violaban a las mujeres". La alternativa, que será una constante en el pueblo Chachi, se presentó con claridad: habría que huir lo más lejos posible.

DE LA MONTAÑA A LA SELVA

"...Ellos se asustaron, tenían miedo porque los caballos tienen cuatro patas. Ellos, como no conocen, dicen que son diablos, que tiene dos cabezas. Ahí nosotros venimos acá y los Quichuas se van al Oriente... "¹.

Un brujo Chachi llamó con su magia a un tigre muy grande y le ordenó que buscara el mejor lugar para que habitara su pueblo. El animal partió en compañía de unos pocos Chachis y regresaron a los veinte o treinta días. Reunieron a todos sus compañeros y empezaron a seguir el rastro que el tigre había marcado. Llevaron "todas sus cosas para hacer la casa allí y también la campana que tenían en la iglesia.

Esa es la campana que ahora vemos en el pueblo de Punta Venado" ⁴.

Esta segunda gran caminata terminaría en el sitio en que encontrara un rastro inmenso que debía ser hecho por el tigre. Fue así como llegaron a Tugsa o Pueblo Viejo, ubicado

(3) Entrevista a José Caicedo, Camarones.

en el curso superior del río Santiago.

En Pueblo Viejo los Chachis se multiplicaron. "Había un número más grande que el que había anteriormente en la ciudad de Ibarra". Aprendieron a sobrevivir en si nueva tierra, cambiaron sus hábitos, aprendieron a amar la selva y el río. Por su parte, el río y la selva les permitieron crecer y establecieron con ellos una perfecta armonía.

La relación de los Chachis con la ciudad de Ibarra se mantuvo hasta hace muy poco tiempo. En 1914, J. Jijón y Caamaño escribía: "...Estos indios visitan con frecuencia la provincia de Imbabura, a pesar de las asperezas de los páramos que tienen que franquear para llegar a ella. . . Esta débil comunicación actual debió ser en tiempos prehistóricos mucho mayor ya que en la toponimia de la región de Imbabura se encuentran muchas palabras claramente pertenecientes al idioma Cayapa..."⁵

Mucho antes, en 1859, Manuel Villavicencio había anotado ya esta relación. "Cayapas o San Miguel, es un anejo de la Fola que se halla situado en la parte superior del río Cayapas; es habitado por indios Cayapas que forman una raza separada con lengua i costumbres propias. Antes de ahora tenían su pueblo más abajo i entonces vivían con algunos blancos; estos les excavaron la iglesia por explotar las vetas de oro, mas los Cayapas abandonaron el pueblo i sus huéspedes para vivir en el estado de independencia en que se hallan: son indios muy laboriosos i exportan pita de muy buena calidad, algún oro fino, maderas, canastillas ; algunas menudencias. Se hallan en comunicación por pequeñas veredas

(4) Entrevista realizadas por Sor Vitangela al gobernador del río Onzole.

de la cordillera con los indios de Cotacachi i Otavalo" ⁶.

EN LA SELVA Y EL RÍO

Pero, ¿cómo llegaron los Chachis al río Cayapas?

Cuando se establecieron en Tugsa o Pueblo Viejo, no sabían que en ese lugar habitaban los "indios bravos", registrados en nuestra historia con el nombre de Malabas. Transcurrió el tiempo y de pronto empezaron a desaparecer los Chachis que iban solos a cualquier lugar. Posteriormente se darían cuenta que estaban siendo raptados para ser parte de los festines con carne humana de esos feroces indios.

En una ocasión los "indios bravos" raptaron a dos hermanas que resultaron ser hijas de un brujo Chachi. A la mayor, que estaba más gorda, la pusieron a moler maíz y, cuando terminó, le cortaron la cabeza para comer con su sangre el maíz molido.

A la menor de las hermanas, que era muy pequeña, la dejaron vivir unos días más. Hasta tanto su padre estableció comunicación con ella a través de su magia. Así, la india fue instruida para que observara detenidamente a sus captores. Pudo darse cuenta entonces que el poder de los "indios bravos" radicaba en unas varitas mágicas, similares a pequeñas lanzas que estos guardaban bajo sus brazos.

Al mismo tiempo, la cautiva iba preparando su huida: cortó un bejuco grande y localizó un árbol muy alto. Una noche, cuando los "indios bravos" dormían, ella se acercó a uno de ellos, suavemente le quito su varita mágica y huyó a

(5) Caamaño, J. Jijón y; "Contribución al conocimiento de los aborígenes de la Provincia de Imbabura", Blas y Cía Impresores, Madrid 1914. p. 318

(6) Villavicencio, Manuel: "Geografía de la República del Ecuador" Imprenta de Robert Craighead., New York, 195 S.p. 341

(7)

la selva. Su subió al árbol que su padre le había indicado a través de su comunicación mental y no pudo ser encontrada.

La india regresó donde su padre y le entregó la varita. Los brujos Chachis se dieron cuenta que este pequeño madero tenía muchos poderes y le pidieron que les enseñase. Inicialmente la vera se negó a hacerlo, pero los brujos amenazaron con quemarla y ella aceptó colaborar.

Aprendieron muchas cosas de la vera, sobre todo los secretos de los "indios bravos" para combatir. Se entrenaron durante mucho tiempo y luego un grupo de brujos salió río abajo para enfrentarme a ellos. Como conocían todos sus secretos gracias a la información de la varita, pudieron vencer aprovechando la sorpresa.

Cuando los brujos regresaron victoriosos a Pueblo Viejo un buen número de Chachis inició su tercera gran caminata: se trasladaron al río Cayapas y empezaron a poblar sus afluentes.

Pueblo Viejo era muy bonito, era como los Quitos, en las fiestas había bombo y marimba, ¡as fiestas eran muy alegres, se bailaba mucho en Navidad y Semana Santa. Ahora ya no queda nadie allí, cuando la gente abandonó Pueblo Viejo dejaron al pueblo con todo lo que tenía, dejaron a los santos y a la iglesia, ahora ya no queda nada, ni el camino...
"7.

LOS NUEVOS CONQUISTADORES

En 1909, S.A. Barrett afirmaba: "Antiguamente las casas

(7) Testimonio citado por Carrasco Eulalia, por "Pueblo Chichi, el Jeengume avanza", monografía. p.9

(8) Barrett S.A., "Los Indios Cayapas del Ecuador", monografía, traducción Manuel García C, biblioteca Fundación F. Velasco. p.19.

cayapas se encontraban tan abajo como Borbón, en la confluencia del Cayapas con el Santiago, pero ahora la casa que se encuentra más río abajo está a corta distancia abajo de la confluencia del río Onzole con el Cayapas" ⁸

No hay duda que el pueblo Chachi es "un pueblo pacífico, que sin temer el enfrentamiento guerrero, prefirió el migrar y ocupar nuevas tierras, quizá es la táctica que les hacía elegir el mecanismo más eficaz para sobrevivir y, mantenerse como pueblo..." ⁹.

Pero, ante el avance de los nuevos conquistadores disfrazados de compañías madereras, ¿emprenderá este pueblo su cuarta caminata?, ¿a dónde irán si la llamada civilización los ha cercado?.

LA "CIVILIZACIÓN" MATA A UN PUEBLO

Tratar sobre la cultura de un pueblo sin precisar el alcance del término es una tarea prácticamente imposible, ya que Cultura antropológicamente hablando es todo modo de vida aprendido de un pueblo.

La cultura abarca toda la realidad material y simbólica de un pueblo: las relaciones con la divinidad y el más allá; con los hombres de su pueblo y de otros pueblos; y con la naturaleza. Su cosmovisión; su organización; sus técnicas e instrumentos de trabajo. Su vida, su muerte y ultratumba. Todo este contenido es vital, en continuo aprender y con el riesgo también de ser arrancado, adulterado Esta sinfonía coherente de manifestaciones de un pueblo, que forma la cultura, es imposible de ser agotada.

(9) Carrasco Eulalia, op. cit. p. 23

En esta ocasión presentaremos la forma como el pueblo Chachi ha establecido las relaciones entre sus miembros, es decir su organización Social tradicional, que no es un hecho aislado, sino que está dentro de la totalidad de su cultura.

El pueblo Chachi, comúnmente conocido como Cayapa, tiene dos tipos de autoridad tradicional socialmente reconocidos: el Uñi y el Brujo, cada uno con competencia y tareas propias.

Estas autoridades tienen sus ayudantes y seguidores, los Chaitalas y aprendices de "magina" (magia), respectivamente.

El ejercido de sus atribuciones es vigilado por el sector del pueblo en el que ejerce su autoridad; y el pueblo puede destituirlos, en caso del Uñi; y solicitar el retiro de las "artes" (hachas de piedra habilitadas por espíritus) y cese de la "capacidad" de ejercer, en el caso de los brujos. Esto hace que las autoridades tradicionales tengan raigambre democrática y control popular, evitando el autoritarismo y despotismo.

UÑIS Y CHAITALAS

El Uñi, conocido como "gobernador" generalmente accede al cargo por sucesión patrilineal, es decir se basa esencialmente en el parentesco, manifestándose como una extensión de la solidaridad que existe en la familia y consolidándose en actos ceremoniales (en las fiestas tradicionales) las que debe presidir y en las que ejerce su autoridad, atendiendo denuncias, presidiendo juicios populares e imponiendo castigos. Hay casos en que el gobernador ha sido elegido por consenso y se ha solicitado la

confirmación del nombramiento al gobernador civil de la provincia de Esmeraldas. Este hecho es claro indicio del avance de la frontera organizacional de la sociedad dominante.

A más del Uñi existen los "Chaitalas" o policías, que son los lugartenientes y colaboradores del gobernador para ejercer justicia.

A principios del presente siglo existían tres Centros Ceremoniales: Punta Venado, Zapallo Grande y San Miguel, cada uno de los cuales presidía el Uñi. (Barrett, 1981:1) En la actualidad existen en el río Cayapas cinco divisiones: Punta Venado, Zapallo Grande, San Miguel, Pichiyacu Pequeño o Tzeppi y Onzole.

La norma de patrilocalidad, que consiste en fijar la residencia en la zona donde vive el varón, hace que cada una de las divisiones esté formada por miembros mayoritariamente parientes; pero el hecho de que una persona o familia pertenezca a una de estas divisiones, más que por el parentesco está determinado por la residencia. Por tanto, es la territorialidad lo que enmarca a uno u otro segmento.

EL UNI Y LA PROCREACIÓN

La tarea básica del Uñi es asegurar la entrega de mujer a todo varón en capacidad de contraer matrimonio. En esto basa su importancia. Bajo su competencia está, por tanto, la vigilancia del cumplimiento de las normas que se relacionan con la reproducción biológica.

La poligamia, el incesto y el adulterio son las áreas de prescripción legal más vigiladas y castigadas.

La restricción del incesto va hasta la cuarta generación de parientes consanguíneos, segunda generación de afines y primera de rituales (compadrazgo). Es posible que en el futuro se de la exogamia local, entre zonas y ríos, reemplazando a la exogamia por parentesco, cada día más difícil de cumplir por la amplitud de la ley de incesto.

A más del ámbito de la procreación y del ético, le corresponde el espacio de lo sagrado y la vigilancia de lo mágico, interviniendo para evitar el uso de "magina" (magia) para fines maléficos.

Así el Uñi es la autoridad civil-religiosa que crea solidaridades entre los residentes del sector territorial a él encomendado. Estas solidaridades se extienden y crean redes por la "entrega" de mujeres a hombres de otros centros no emparentados. A su vez promueve la unidad ideológica, cohercionando a los miembros de la tribu, sometiéndoles a normas, leyes y costumbres propias del pueblo Chichi, constituyendo el límite ideológico de los pertenecientes al mismo.

EL BRUJO O SABIO

Es el personaje que está presente a través de toda la historia Chichi, en los mitos y leyendas. Son hombres iniciados por "patronos" (quienes los enseñaron), a los que se les atribuye la capacidad para reconocer y alejar a los espíritus, para "limpiar" casas, personas o centros presa de algún espíritu errante, o de las incursiones del maligno, enviado por otro brujo.

Mediante sus rituales el brujo puede controlar fuerzas sobrenaturales, con la ayuda de los espíritus de la montaña, a quienes flama a lo largo de sus ceremonias.

Todas las enfermedades tradicionales se atribuyen a espíritus, que habitan en la naturaleza, santuario Chachi: la selva, los ríos, las pozas, las cascadas, están pobladas de espíritus. Ante los males atribuidos a este origen, las medicinas y los centros de salud son impotentes.

El Sabio-brujo sólo tiene un límite en la habilidad de curar: la incursión de los nuevos males. Para las enfermedades percibidas como ajenas a sus tradiciones solicitan los servicios de los centros de salud, sin dejar de acudir al brujo-sabio, en caso sean causadas por los espíritus de sus muertos o los espíritus del mundo circundante.

Entre los brujos se percibe una cierta jerarquía de acuerdo a su mayor o menor capacidad para "curar" y el tiempo que vive practicando. No son predestinados, ni el poder se confiere por sucesión. Quien quiera puede llegar a ser brujo, basta someterse al aprendizaje con los llamados "patronos", que son curanderos reconocidos y experimentados que les enseñan a "reconocer" a los espíritus y el ritual de curación. El ser brujo, no es tarea exclusiva del hombre; puede tener acceso la mujer luego del respectivo adiestramiento.

En las sesiones de curación el brujo-sabio ingiere una bebida alucinógena, cocimiento de una planta denominada "pingoé". Afirman que así se les aclara la vista y vemos la sombra... Los brujos a más de ser curanderos tienen también poder para hacer daño a personas y lugares. Este daño tiene un nombre especial "fa'penu". A los brujos chichis no les es permitido hacer daño y cuando lo hacen el Uñi tiene autoridad para castigarlo, quitándole las "artes" y prohibiéndoles que en adelante ejerzan el oficio.

Así, al brujo-sabio le compete controlar las relaciones de los hombres con el mundo de los espíritus. Además y esto es un importante controla las relaciones entre los hombres, descubriendo si el mal tiene origen en el daño causado por algún enemigo por intermedio de un brujo. Estos daños afectan la productividad porque disminuye la fuerza de trabajo.

Esta parece ser una de las fuentes del poder shamánico: el control de la fuerza de trabajo a través del maléfico. Por esto bien podemos afirmar que el brujo-sabio, que puede curar o causar el maléfico, controlando la fuerza de trabajo y por tanto el área de la reproducción económica, está enfrentado al riesgo de ser suplantado por una organización impuesta desde afuera, de estructuración vertical, en la que el pueblo tendrá participación muy limitada.

Así día a día, se va realizando un etnocidio que muchas veces se lo disfraza bajo el término de "integración a nuestra civilización".

EL PROBLEMA PRINCIPAL

Cierto es que el pueblo Chachi sobrevive hasta hoy de los efectos de la colonización. Frente a frente con una "civilización" agresiva, que no respeta los derechos soberanos de los pueblos, los Chachis mantienen aún sus lazos culturales y sociales ¿Por cuánto tiempo más. . .?, es la cuestión.

No es aventurado pensar que dentro de pocos años lo más rico de ese pueblo se habría extinguido, doblegado por la arrollante fuerza de la expansión de las empresas capitalistas de la madera, sumada al avance de una colonización caótica.

El territorio Chichi está casi completamente invadido. Ese es el meollo del problema Y una comunidad que asienta su desarrollo material, cultural y social en un racional aprovechamiento de la tierra -tal es el caso de los Chachis, si no tiene territorio suficiente en extensión y en recursos,... simplemente se muere.

LAS MADERERAS: UN MONSTRUO DE SIETE CABEZAS

El Ecuador ha sido un país tradicionalmente rico en recursos forestales. Y decimos "ha sido" en vez de "es rico" sin pretender exagerar sobre la falta de recursos forestales que se cierne sobre el país.

En efecto: según la FAO, el 44 por ciento del Ecuador está cubierto de bosques potencialmente productivos, lo que da un total de 11 millones 200 mil hectáreas¹.

La provincia de Esmeraldas tendría alrededor de 1 millón 300 mil hectáreas de esos bosques productivos. Esmeraldas es ciertamente la provincia más rica del país en recursos forestales. Cada hectárea de bosque de esta provincia daría un promedio de 82 metros cúbicos de madera de 40 centímetros mínimo de diámetro. Y casi toda esta riqueza está básicamente ubicada en territorio Chichi.

En 1966 el gobierno militar de turno marca un punto de partida en la irracional explotación de las riquezas madereras de todo el país. En efecto: 14 compañías madereras reciben nada menos que 580 mil hectáreas de terrenos boscosos, es decir el 45 por ciento del potencial forestal del Ecuador.

(1) Informe final sobre la planificación de los parques nacionales, FAO, por Daniel Vreugdenhil. Quito 1976.

LAS HERMANAS MAYORES

De esas 14 compañías, las más favorecidas por la dictadura fueron:

- "Forestal Cayapas", con 186 mil hectáreas concedidas.
- "Plywood Guayaquil" con 74 mil hectáreas.
- "Plywood* Ecuatoriana" y "Empresa Durinni Industrial Maderera" con 65 mil hectáreas²

En todo este reparto no se tomó en cuenta a los Chachis, habitantes autóctonos de la región ubicada entre los ríos Santiago y Cayapas.

En suma: 325 mil hectáreas de terrenos boscosos (hay informes que hablan de una concesión aun mayor a la "Forestal Cayapas", de 213 mil hectáreas) entregadas a 3 compañías, en la región habitada por los Chichis.

SIN BENEFICIO DE INVENTARIO

Según el informe de la FAO antes citado, las 14 compañías explotan la madera de tal modo que, en unos 30 años acabarán con esas riquezas forestales.

Es notoria la falta de tecnificación en la explotación, lo que provoca gran desperdicio de madera. ¿Es que la abundancia de materia prima estimula una explotación irresponsable...?

La inexistencia de planes serios de reforestación, o la burla que de ellos hacen las compañías, es otro de los motivos de

(3) Las compañías alegan que no tienen ninguna responsabilidad en la reforestación de las tierras que no están dentro de sus "concesiones", pero de las que les llega el 99 por ciento de su materia prima.

una pronta crisis de nuestros recursos forestales. En efecto: entre 1972 y 1978 apenas se reforestaron 47 mil hectáreas ;en todo el país³.

CONFLICTOS SOCIALES

La entrega de territorios a las compañías y el tipo de colonización han dado origen a múltiples problemas entre las madereras y los colonos; y entre los Chachis y los colonos.

Los contratos entre las compañías y el Estado contemplan la obligación de que éste pague indemnizaciones a las madereras cuando sufran invasiones de colonos en sus territorios. En torno a esto ha habido versiones que afirman que las compañías provocan invasiones de colonos a fin de recibir esas indemnizaciones⁴.

También se afirma que las madereras se auto-reducen sus áreas de concesión con el objeto de pagar menos impuestos al Estado.

Las trozas que entregan los Chachis y los colonos a las compañías son pagadas a bajos precios, lo que sería el resultado en unos casos del aprovechamiento que hacen las compañías de la ilegalidad de los colonos respecto a las tierras que explotan; y también de las condiciones de pobreza y necesidad de los proveedores. La competencia internacional y las condiciones de monopolización de la industria maderera, estimularía ese pago de precios bajos⁵.

Informe sobre la problemática de la región norte de Esmeraldas. CAAP, por J. C. Rivadeneira. Quito 1979.

(5) Entrevista a Peter Brower..

LA TIERRA ES NUESTRA

Los Chachis no tienen hasta hoy ningún título de propiedad de las tierras que habitan. Hace 25 años el Estado les extendió mediante decreto una "Reserva Territorial" de apenas 5 mil 400 hectáreas.

Por todo esto los Chachis exigen que el gobierno les entregue un territorio que no caiga en las manos de las compañías y que sea respetado por los colonos. Es su derecho exigir suficiente territorio y títulos definitivos de propiedad. Esas tierras fueron de sus antepasados y los Chachis saben aprovecharlas adecuadamente.

Sin ellas, los Chachis serán en poco tiempo otra de las tantas comunidades indias extinguidas.

UN PUEBLO CONDENADO A LA CEGUERA

Durante todo el tiempo que el autor estuvo en la región, no hubo ningún caso de enfermedades contagiosas y letales y seguramente no se supo de ninguna en las partes de la provincia en que residió. .. La más seria y prácticamente la única enfermedad contagiosa de cierta frecuencia en la zona, es una forma de fiebre malárica llamada localmente paludismo...

Se dice que la tifoidea es completamente desconocida. Por tanto se puede afirmar que la zona habitada por los Cayapas y de hecho toda la provincia de Esmeraldas, es muy sana comparada con otras partes de los trópicos" ¹

DÉCADA DEL 20

Es el tiempo del auge de la tagua (pepa de un tipo de

palma, usada para fabricar botones). Los intermediarios y recolectores se adentran por la región llevando una enfermedad desconocida hasta ese momento: la viruela que casi pone fin con los Chachis que morían por centenares. Ellos no tenían ninguna inmunización contra esta enfermedad traída por los blancos y mestizos; no sabían cómo hacerle frente.

Pero no sólo traen enfermedades. Los países dueños del poder económico necesitaban caucho, balsa, banano y otras maderas, con lo que comienza la destrucción de los bosques. Se abre otra brecha a nuevas enfermedades.

Un médico ecuatoriano que trabajó 13 años en la provincia de Esmeraldas y que conoce muy de cerca el problema Chachi afirma: "...la tala de los bosques por parte de las compañías madereras es realmente criminal, por cuanto ocasiona severos problemas, cambia las costumbres bruscamente, quita fuentes de trabajo, fuentes de abastecimiento de alimentos..."²

Tradicionalmente los Chachis se han alimentado de la pesca, la caza, de la recolección de frutos y de una agricultura incipiente; pero al producirse la tala de bosques, se ahuyentan los animales de caza, se contaminan los ríos disminuyendo la pesca, comienzan a aparecer enfermedades de desnutrición, etc.

DÉCADA DEL 80

Cerca del 30 por ciento de los niños entre 2 y 5 años de edad son sub-alimentados por falta de proteínas.³

(1) BARRET S.A.: "Los indio. Cayapas del Ecuador", monografía, 1908-1909, traducción de Manuel García C., biblioteca de la Fundación F. Velasco, pág. 13

(2) Dr. Leonardo Paredes M., entrevista concedida a la Fundación F. Velasco, enero 1983.

(3) CARRASCO, Victoria, monografía "Pueblo Chachi: el Jeengume" avanza

Hoy las enfermedades más comunes además de la desnutrición y la anemia son: diarreas crónicas, gripes, poliparasitismo intestinal, síndrome de mala absorción, tuberculosis pulmonar, paludismo, scabirosis, amiloidosis cutánea, micosis superficiales.

Es corriente también una extraña forma de afección pulmonar que produce devaste progresivo del organismo, tos crónica y estupo rosáceo... algo completamente distinto a la tuberculosis. Es la paragonimiasis.

En la zona es frecuente ver ulceraciones crónicas, generalmente en la oreja, la boca, la nariz. Son ulceraciones dolorosas que puede producir mutilaciones y la muerte. La enfermedad se llama leishmaniasis y es causada por la picadura de una mosca.

Y como si esto fuera poco, últimamente se ha detectado la temible ONCHOCERCOSIS.

QUE ES LA ONCHOCERCOSIS

La portadora de la enfermedad es una mosca que en el pasado atacaba sólo a los animales que habitaban en el bosque.

Las compañías madereras vienen destruyendo los bosques, alejando así a los animales que habitaban en ellos y la mosca llamada JURO, que se alimenta de sangre, comienza a atacar al hombre.

El Juro al chupar la sangre introduce en la piel de la persona un minúsculo gusanito conocido con el nombre de *Micra filaria*, que forma unos nódulos o pequeñas tumoraciones que

no duelen, localizadas generalmente en la cabeza, ojos, espalda, hombros, cintura, glúteos y también en el hígado, riñones, pulmones, etc.

Uno de los lugares preferidos por la larva es la cámara anterior del ojo y cuando llega a esta zona el proceso de ceguera es irreversible.

En una investigación realizada por el doctor Ronaldo Guderian y un equipo de oftalmólogos se verificó que de 200 personas el cuarenta por ciento tiene la larva en el ojo. Es decir, están condenados a corto plazo a la ceguera total.

Este dato corresponde a la zona del río Cayapa y sus afluentes. La enfermedad de la Onchocercosis, está extendida a muchos otros puntos de la provincia de Esmeraldas, en zonas habitadas mayormente por los Chachis.

Si una persona enferma se traslada a un lugar donde existe el Juro, todas las moscas que le piquen quedaran contaminadas.

La mosca se infecta picando a una persona enferma y contagia al picar a otras seres humanos. ⁴

ACTITUD DE LAS AUTORIDADES

"Hacemos fuertes críticas al gobierno porque nunca se ha PREOCUPADO DE LOS CHACHIS, PARA ELLOS NOSOTROS NO EXISTIMOS". (Secretaría de la Pre-federación Chachi, Junio - 1982)

"La infraestructura de salud es deficiente. Hay dos

(4) Carrasco, Victoria, monografía citada

dispensados de salud, instalado uno por la misión católica en Santa María y otro por la misión evangélica en Zapallo Grande, con las mínimas condiciones a su alcance.

"El Ministerio de Salud hace apenas dos años ha destinado un médico rural a la parroquia de Camarones. La presencia de este profesional en el lugar es esporádica ⁵

Hay un promotor Chachi de salud en el sector de Corriente Grande y otro en Calle Mansa.

Quedan cientos de kilómetros en la región sin ninguna atención... y los que están no pueden controlar la Onchocercosis.

La situación del pueblo Chachi es ampliamente conocida tanto a nivel de gobierno, como de profesionales de la medicina.

"El problema de la Onchocercosis fue discutido a nivel nacional en mesas redondas y foros. Se publicó información y.. nada más⁶

En mayo de 1982 un equipo de fumigación roció la zona del río Cayapa con una sustancia que, a decir de los habitantes del sector, mató cucarachas, zancudos y otros insectos, pero no hizo efecto en el Juro⁷

El 20 de enero de 1982, el ministro de Salud, Francisco Huerta, declaró a la prensa:

(5) Ibidem

(6) Ibidem

(7) Ibidem

"...La enfermedad de la Onchocercosis... en cuanto al volumen humano no es de proporciones considerables, pero en cambio, en lo que se refiere al daño que hace al ser humano sí es de graves proporciones, porque causa la destrucción de la vista..." (El Comercio 20 enero 1982)

¿SE PUEDE HACER ALGO?

"Ecuador no es el, único lugar en el mundo afectado por la Onchocercosis. En el Africa Occidental, la cuenca del río Volta, una de las zonas más pobres del mundo, está siendo saneada tras de una campaña internacional para erradicar la Onchocercosis.

Los primeros resultados médicos y ecológicos de esa campaña exceden todas las expectativas.

Ese programa ha reducido ya a un 75 por ciento el número de afectados por la enfermedad. La transmisión de la enfermedad se ha detenido en más de las tres cuartas partes de la cuenca del río Volta.

En el proyecto participan entre otras instituciones la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización' Internacional del Trabajo (OIT), la FAO a quienes el gobierno africano acudió en vista de sus limitaciones para hacer frente al mal" ⁸

En el caso de los Chachis, en toda la región que ellos balitan hay dos centros de salud, dos promotores y un médico

(8) Revista Ceres, marzo-abril de 1981 pág. 7

que aparece de vez en cuando. Así no es posible un tratamiento en gran escala. Los productos farmacéuticos existentes para el tratamiento sólo pueden ser aplicados bajo la supervisión constante de personal médico, ya que son altamente tóxicos.

Hace falta una política de gobierno que implemente programas conjuntos, tanto en la comunidad Chachi, como con organismos internacionales. Hace falta programas de carácter asistencial y educativos para la salud. Que se tomen medidas para la atención de los enfermos, pero también medidas para prevenir y erradicar la Onchocercosis. Y no sólo la Onchocercosis, sino todas las enfermedades que amenazan con desaparecer al pueblo Chachi.

DE PROVEEDORES A JORNALEROS

A principios de siglo SA. Barrett constataba que los Chachis tenían una débil integración al mercado. Comercializaban esporádicamente, la mayoría de las veces más bien como parte de sus viajes de distracción. "...algunas veces, anota, estos viajes se hacen puramente por el gusto de hacerlos y obtener ostras y otros mariscos, pero estos viajes por diversión se aprovechan para ir a vender tagua, cacao, caucho, plátano y ocasionalmente troncos de madera..."¹.

En estos años, el mencionado investigador encuentra que el único producto que se destina al mercado es el cacao. "El cacao (cacabo, en cayapa) del que se hace el chocolate, se cultiva bastante por los cayapas, aunque casi exclusivamente

(1) Barret S.A. Los indios Cayapas del Ecuador, monografía, 1908-1909, traducción de manuel García, biblioteca Fundación F. Velasco, pág. 22

(2) Idem, pg.47

para la venta de semillas secas" ².

No es casual que para principios de siglo el único producto destinado al mercado sea el cacao, pues es la época en que nuestro país se integra en el mercado mundial como abastecedor de este producto. Desde 1900 se había iniciado el fomento para la producción de la "pepa de oro" es justamente en los años en que Barrett está entre los Chachis que la producción "nacional sobrepasa los 500 mil quintales anuales. En efecto, en 1908 y 1909 la producción de cacao Llegó casi a 700 mil quintales y en 1916 sobrepasó el millón. ³

Queremos decir con esto que los Chachis, aunque muy aislados, o han estado fuera del rol que las grandes potencias imperialistas le han asignado a nuestro país a nivel de producción.

Así, fueron a su turno, proveedores de cacao, de caucho, de tagua, de balsa, de banano y actualmente de madera.

Todos los Chachis que tuvimos oportunidad de entrevistar en el río Cayapas coincidieron en que hoy "...el corte de la madera es lo más común, porque la gente vive de la madera..." ⁴.

Las compañías madereras lo saben muy bien. Un empleado de a fábrica CREART nos decía:

"El porcentaje de materia prima que ellos aportan a la empresa... va de acuerdo a cómo estén los meses de agua. En

(3) Carbo Luis Alberto, Historia Monetaria y Cambiaria del Ecuador, S.E., Quito, 1978, p. 449. (1)

(4) Entrevista al profesor Isario Añapa, Pichiyacu, noviembre 1981.

invierno los cayapas aportan aproximadamente un 60 por ciento y el 40 por ciento por lo general lo entregan los morenos". Pero si consideramos que algunos morenos son intermediarios entre los Chachis y las compañías madereras, el porcentaje subirá a cerca del 70 o/o.

También una buena cantidad de los Cayapas han dedicado gran parte de su tiempo a la siembra de café para destinarlo al comercio. Sin embargo, están enfrentados a Ja oscilación de los precios internacionales, a la falta de infraestructura que les permita embodegar su producto, a las dificultades de transporte y a la voracidad de los intermediarios.

"El precio del café sube y baja, no se para el precio... ahorita la libra de café robusta, sin pilar, está como a 2,50- 2 sucres; pilado cuesta 10, aquí en Borbón. Este mes pasado vendí a 6 sucres la libra de café pilado, en Esmeraldas. En Quinindé este mes pasado estuvo a 200 sucres el quintal, 2 sucres la libra. Sube y vuelta baja. Tengo dos hectáreas de café, pero no pudo sacar el producto, no se puede ganar nada"⁵.

LAS ARTESANIAS

Las mujeres Chachis son excelentes tejedoras. Con fibras de una especie de palma, llamada rampida, producen primorosamente canastas, abanicos, esteras, petacas.

El trabajo es muy duro, Tienen que ir al monte a buscar la palma, cortarla, trasladarla a la casa, preparar el material y luego tejer. "...Cuando el hombre va al monte nosotros cocinamos; si demora, nosotros sentando y hace

(5) Entrevista a Pedro Añapa San Nicolás, Borbón, Agosto 1982.

(6) Entrevista a la esposa de Gabriel Añapa, Gobernador de Camarones, noviembre, 1981.

abanico, cinco se puede hacer al día, no más. Yo vendo un sucre cada abanico. Haciendo una canasta demora dos días y vendo según, pero 10 sures no mas..."⁶

Pudimos comprobar que las mujeres Chachis venden mis abanicos entre 50 centavos y 3 sures y sus canastas entre 10 y 30 sures (para tomar solo estos dos ejemplos). Recorrimos cinco locales de venta de artesanías en Quito y hemos obtenido los siguientes resultados:

PRODUCTO			PRECIO (en sures)			
	Río Cayapas	Local 1	Local 2	Local 3	Local 4	Local 5
Abanico	3	35	-	80	120	180
Canasta	20	80	90	120	350	460

Es evidente que la red de intermediarios concentra una excelente utilidad, aunque también es verdad que cierto tipo de almacenes tienen márgenes excesivos de ganancias por su ubicación y categoría".

Cosa igual sucede con todas las artesanías Chachis. Los hombres, por ejemplo, son muy buenos labradores de canoas, producto que les ha dado fama en todo el país, sobre todo en la costa.

Pero este trabajo tiene ahora múltiples dificultades. La mejor madera para hacer canoas es cada vez más escasa y solo en búsqueda demoran hasta tres días; en tumbar el árbol ocupan un día más; y en labrar si es una canoa de un metro de boca, así solito echan unos 10 o 15 días; entre tres o cuatro

hombres, unos 7 días. Para labrar canoas es más trabajoso que todo, eso es una cosa difícil, Irabajosísimo" ⁷

Dentro de las normas culturales de los Chachis, un hombre sólo puede asarme cuando demuestra que puede labrar una canos, pues hacerlo significa que sabe trabajar, que es adulto y tiene capacidad para mantener una familia.

Pero las mejores canoas, grandes y de buena madera, llegan a venderlas entre 6 y 8 mil sucres, en la mayoría de los casos a intermediarios que las llevan a Esmeraldas o a Guayaquil, donde las venden entre 30 y 50 mil sucres.

Los mecanismos utilizados por los intermediarios para obtener los productos chachis son en la mayoría de los casos de tipo ven obligados a vender sus productos a cambio de ciertos "beneficios" recibidos de tal o cual comerciante ⁸. Y en otros casos los intermediarios recurren abiertamente a la fuerza. "Porque en ese pedazo (recinto San José) sucede que a los indios les botan al agua, les compran el verde, si cuesta cuarenta les paga veinte, lo que a ellos les da la gana... ." ⁹

LA MADERA

Las compañías madereras son las más voraces extractoras del trabajo de los Chachis. Obtienen las mejores maderas, "...la que más se vende ahora es el cuangare, el sonde, el chapiande y las demás maderas más finas: chanul amarillo y

(7) Entrevista a Alfonso Candilejo, Borbón, agosto 1982.

(8) Ver Escobar Martha y Aucancela Martha, Articulación de la economía Cayapa al mercado y surgimiento de nuevas formas de relaciones sociales, Tesis para la obtención de Licenciatura en Trabajo Social, PUCE, 1980, Capítulo 5.

(9) Entrevista a Belfida Mideros, río Cayapas, noviembre 1981.

(10) Entrevista a Avelino Añapa, Santa María, septiembre 1982.

(11) Entrevista a Pedro Añapa San Nicolás, Borbón, agosto 1982.

guayacanes.."10. Por ellas pagan precios irrisorios que no pasan de 600 sucres la pieza. "...compran y no pagan bien, estafan muchas pulgadas también, ellos piensan que los cayapas somos ignorantes; mide la madera y no dice cuánto sale el total. Ellos sin decirle salió tanto, no más cuenta la plata y le tira al dueño de la madera. 11

Pero a más de que están provocando la destrucción de los bosques, las compañías madereras han encontrado la mano de obra sumisa que necesitaban.

"...Ellos son personas incautas y no reúnen todas las condiciones como los morenos que tienen la libreta militar, tienen la cédula, tienen todos los documentos que les acrediten como ciudadanos... ellos son bien domésticos, bien cedibles... se aguantan cualquier tipo de regaño y siguen trabajando tranquilos...", nos decía un empleado de la fábrica CREART.

No cabe duda que las nuevas empresas necesitan no sólo destruir irracionalmente los bosques, con gravísimos riesgos para el futuro, sino que necesitan destruir una cultura para provocar en los Chachis el paso de proveedores a jornaleros.

IGUALES EN INTELIGENCIA Y CAPACIDAD

"...La educación en Esmeraldas deberá acompañar al hombre de esta tierra... deberá estimular su capacidad innata de análisis crítico, revalorizar sus propios valores... imponiendo métodos de enseñanza adaptados a la realidad histórica, social, económica y geográfica de cada grupo

social" ¹

Eso manifestaba el sociólogo Marco Jaramillo en la presentación del plan para el desarrollo socio - económico de Esmeraldas, en el capítulo correspondiente a los proyectos sobre educación. El plan sugiere la necesidad de un método adaptado a la realidad. Una adaptación a la realidad que podríamos interpretar, como una necesidad de revisar contenidos.

¿Refleja la situación y las necesidades en el área educativa, del pueblo Chachi?

¿QUÉ DICEN LOS CHACHIS...?

"...Los Chachis somos capaces de educarnos y sólo necesitamos los recursos. Nosotros somos responsables y conocemos nuestras tradiciones, nuestra lengua, nuestra cultura y nuestras necesidades. Pero el gobierno tiene que reconocer a nuestros profesores Chachis y darles nombramientos. Así, ni un solo niño Chachi se va a quedar sin escuela. Y vamos a educarnos con la lengua Chachi..."²

El doctor Leonardo Paredes, ex-director del IECE, en Esmeraldas, que mantuvo una frecuente relación con los dirigentes Chachis, manifiesta:

"...en lo que se refiere al problema educativo, es severo.. La organización comunitaria de los Chachis va permitiendo que se logren algunos avances que se haya creado escuelas, que inclusive tengan un colegio secundario, regentado por un rector Chachi, licenciado en Psicología; pero

(1) Diagnóstico Socio-Económico de la Provincia de Esmeraldas, T.1, pág. 153. Instituto Otavaleño de Antropología, 1980.

esto debiera ser la tónica general.. Falta mucho por implementar... El problema de las minorías nacionales es sedo... no sólo se trata de implementar programas con validez nacional, sino de implementar sub-programas que contemplen nuestra identidad cultural..."³

Las apreciaciones del doctor Paredes coinciden con los resultados de una investigación realizada por Magdalena Gallegos de Donoso, de la Universidad Católica de Quito.

"...a nivel estatal el servicio es escaso... es difícil analizar la situación sin contar con la información suficiente, ya que el Ministerio de Educación no tiene sistematizado el registro que mantiene sobre los servicios educacionales... no comprenden (se refiere al ministerio) la situación específica de éste ni de ningún otro grupo nativo... lo que consideran como un aporte es la adaptación que está obligado a hacer el profesor que enseña en áreas rurales con estudiantes indígenas... ." ⁴

De las 20 escuelas en las comunidades donde viven los Chachis, ninguna de ellas imparte educación especial ⁵

¿CUÁLES SON LAS CONSECUENCIAS?

"... No se les proporciona elementos suficientes para conocer y comprender a una sociedad diferente de la suya ni tampoco se les da patrones para poder sobrevivir en ella.

(3) Entrevista grabada. Dr. Leonardo Paredes. F.F.V. Quito 1/83

(4) PUCE, El Contacto Intercultural entre los Cayapas. pág. 4. Mimeografiado. Quito 1978.

(5) Instituto Ecuatoriano de Antropología y Geografía Eloy Alfaro. Estudio Socio-Económico. Mimeografiado Quito 1976. Pág 8

Serán más tarde individuos Rechazados por su grupo por romper sus costumbres. Y serán rechazados entre los otros por el marcado etnocentrismo." ⁶

ES URGENTE

"... Entender que nuestro país no es de una nacionalidad uniforme, que tenemos identidades culturales, con su propio idioma, sus tradiciones propias. Culturalmente no son lo mismo... los herederos de los mestizos... y los Chachis.

Es urgente implementar programas que contemplen la identidad cultural de las minorías étnicas, inclusive desde el punto de vista del lenguaje, expresión y tradición..." ⁷

LA FEDERACION PIDE:

...Apoyo del gobierno.

"Si nuestros padres no conocieron una escuela, nosotros sí reclamamos una escuela, un colegio y profesionales Chachis, ya que sabemos nuestras necesidades, nuestros problemas, nuestras tradiciones y nuestra lengua.

Por ello el gobierno tiene que apoyarnos. Porque en inteligencia y capacidad somos iguales que los demás."

... El apoyo del gobierno será:

- Dar nombramiento a los profesores Chachis que laboran sin él en muchas escuelas indígenas, algunos voluntariamente.
- Capacitar a estos educadores.

(6) PUCE. El Contacto Intercultural entre los Cayapas pág. 4. mimeografiado. Quito 1978.

(7) Entrevista grabada. Dr. Leonardo Paredes. Quito Enero. 83. F.F.V.

(8) Manifiesto de la Federación Chachi Esmeraldas. Archivo de la F.F.V.

- Recomendamos que "el gobierno no nos dé profesores, que no tienen interés en ayudarnos ni conocen nuestra forma de pensar..." dicen los Chachis⁸.

PLATAFORMA DE LUCHA DE LA FEDERACIÓN CHACHI

Los Chachi somos un pueblo que ama vivir en paz, con libertad y en armonía con la naturaleza.

Al mantener estas tradiciones hemos preservado nuestra cultura.

Pero hoy estamos amenazados con la extinción a corto plazo.

Una civilización que sólo vela por sus intereses económicos viene arrasando con nuestro territorio, destruyendo su naturaleza y terminando con nuestras reservas culturales.

Los Chachis estamos frente a la acción de las compañías madereras, a la invasión de los colonos, a la explotación de los intermediarios y al abandono del gobierno.

Para evitar mayores conflictos los Chachis hemos abandonado nuestros lugares tradicionales de vivienda pero hoy estamos cada vez más aislados y ya no tenemos casi lugar donde ir.

Somos conscientes de que nuestra organización como pueblo indígena es la base para conseguir un cambio en esta terrible situación. Y sabemos que para ello es también necesaria la solidaridad de todos los ecuatorianos que

entienden la gravedad de nuestros problemas.

Por los motivos antes expuestos la FEDERACION CHACHI da a conocer esta plataforma de lucha y exige al gobierno que cumpla con las siguientes reivindicaciones:

1. LA TENENCIA DE LA TIERRA

La tierra es nuestra Patria. Es la principal herencia que nos dejaron nuestros antepasados. Sin tierra terminaríamos nuestra existencia. Y mientras las compañías madereras reciben grandes concesiones de tierras del gobierno, los Chachis no tenemos ni siquiera títulos de propiedad sobre nuestro territorio. Por tanto:

; Exigimos al gobierno respete nuestro territorio y nos de los títulos de propiedad!

2. LA SALUD

Un pueblo sano es un elemento de cambio y de progreso en la Nación. Los Chachis somos víctimas de muchas enfermedades a consecuencia de la destrucción de nuestra naturaleza y del abandono del gobierno. Por tanto:

; El gobierno debe crear un hospital en Zapallo Grande!

; El gobierno debe abastecer con medicinas los puestos de salud!

; Es urgente iniciar una gran campaña contra la Onchocercosis pues dentro de pocos años el Ecuador tendrá un pueblo de ciegos!

3. LA EDUCACIÓN

Si nuestros antepasados no conocieron la escuela,

nosotros reclamamos escuelas, colegios y centros de capacitación profesional.

Exigimos:

¡ Nombramientos a los profesores Chachis y capacitación a nuestros educadores!

¡ Respecto a nuestra lengua Chapalache y educación bilingüe!

4. LA COMERCIALIZACIÓN

Como los centros de comercialización están lejos de nuestros lugares de trabajo, estamos obligados a vender nuestros productos a los intermediarios, a bajos precios. Por tanto exigimos:

¡ Cuatro casas comunales para los Chachis: en Esmeraldas, Quinindé Muisne y Borbón!

¡ Medios de comunicación y transporte! ¡ Capacitación artesanal!

FEDERACION CHACHI

Zapallo Grande, diciembre de 1982

CAPÍTULO

III

DISEÑO, CULTURA Y ARTESANÍAS LATINOAMERICANAS

DISEÑO Y HOMINIDAD

Víctor Papanek define diseño como "El esfuerzo consciente para establecer un orden significativo". Si de acuerdo con esta definición diseñar presupone conciencia, es decir conocimiento de lo que se hace y de lo que se busca; significado, o sea relación medio-fin-medio, que se consigue mediante un ordenamiento de los elementos con que se cuenta y de una secuencia de acciones que denominamos esfuerzo, podemos afirmar que el ser humano hace su aparición en la tierra diseñando.

Los fósiles más antiguos de homínidos que conocemos nos proporcionan evidencias de utensilios elementales que usaban y elaboraban nuestros más remotos antepasados para organizar sus vidas y sus relaciones con el medio ambiente. Este hecho ha dado lugar a que el "homo sapiens" sea desplazado como diferenciador del hombre con relación a los demás integrantes del mundo animal por el "homo habilis" en cuanto capacidad para fabricar sistemáticamente herramientas, usarlas en sus quehaceres cotidianos y transmitir a su descendencia las habilidades y destrezas requeridas para la confección y manejo de ellas.

La elaboración de utensilios y herramientas es el punto de partida de los espectaculares cambios que ha experimentado la especie humana en sus relaciones con el medio circundante. Hacer una herramienta, por rudimentaria que sea, supone un proceso de diseño. Si aceptamos la definición de Papanek, la capacidad de diseñar sería el elemento distintivo básico para diferenciar al hombre del animal, lo que justificaría la afirmación de que en el larguísimo proceso de evolución de

EL DISEÑO COMO CARRERA

Conjunto organizado de estudios de disciplinas que preparan y capacitan a una persona para el ejercicio de una profesión, se origina hacia la segunda mitad del siglo XIX y se consolida definitivamente en la primera mitad del siglo XX. La revolución industrial, debido a los fundamentales cambios que genera en la tecnología, en los sistemas de producción y en la organización de la sociedad, lleva a hacer una división entre las bellas artes y las utilitarias, entre las artes liberales y las mecánicas y a una consolidación de las ciencias y las tecnologías mecánicas. Posteriormente, ya en el siglo XX, tiene lugar un proceso de sistematización del aprendizaje de actividades y difusión de conceptos con los que se pretende alcanzar una estructura en la que se incorpore lo bello a la funcionalidad práctico-utilitaria. Papel protagónico juega en este aspecto el movimiento que tuvo lugar en Europa y que se conoce con el nombre de "Bauhaus".

El diseño como carrera aparece como una consecuencia de la revolución industrial. Juan Acha afirma: "la cultura estética de Occidente necesitó profesionales capaces "de introducir recursos estéticos en los productos industriales" y luego "concibo a los diseños como actividades proyectivas que introducen recursos estéticos en los productos de la industria masiva".

DISEÑO ARTESANAL

En un sentido la capacidad de diseñar es innata al hombre, y desde sus orígenes el ser humano diseño. En otro sentido el diseño aparece con posterioridad a la revolución industrial y como consecuencia de este fenómeno. (Con mucha frecuencia se acostumbraba y se acostumbra acompañar a la

palabra diseño el adjetivo "industrial"). Esta situación aparentemente contradictoria plantea el siguiente interrogante: ¿Es legítimo y coherente hablar de diseño artesanal? La elaboración y publicación de este libro se fundamenta en una respuesta positiva a la pregunta.

Es posible hablar de un "diseño espontáneo" que lo ha practicado el hombre desde su aparición en la tierra; en este tipo de diseños los procesos de enseñanza aprendizaje se han dado en forma directa e informal. Es posible hablar de un "diseño profesional" que lo practican quienes han estudiado la carrera correspondiente, siendo en este caso el proceso enseñanza-aprendizaje planificado y ejecutado en el marco de la educación formal que requiere docencia, prácticas dirigidas, investigación, etc.

En la sociedad contemporánea el diseño artesanal plantea la posibilidad y necesidad de aplicar a la producción artesanal los principios y conocimientos desarrollados por el diseño profesional con el objeto de mejorar la producción en esta área y acoplarla a las exigencias de la sociedad contemporánea ya que con la expansión en muy alta escala de la producción industrial, tienen las artesanías que replantear sus metas y sus estilos con respecto a la etapa preindustrial.

La primera aborda tres áreas:

Debido a la interrelación estrecha entre cultura, cultura popular, arte y artesanías, es necesario esclarecer y, en la medida de lo posible, precisar estos conceptos.

La segunda parte hace referencia a las posibilidades y limitaciones del diseño profesional en las artesanías, a la coexistencia de la producción artesanal en un mundo

industrializado.

La tercera parte estudia la problemática de la presencia de lo tradicional, uno de los fundamentos importantes de las artesanías, en lo moderno, la medida en que debe conservarse la tradición en las artesanías, las posibilidades de artesanías ajenas a la tradición y las políticas necesarias para acoplar el diseño a lo artesanal.

CULTURA, ARTE POPULAR Y ARTESANIAS

Raymond Williams, en su obra "Key Words" editada en 1976 por Oxford University Press dice:

"Cultura es una de las dos o tres palabras más complicadas del idioma. En parte ello se debe a su intrincado desarrollo histórico en los idiomas occidentales, pero fundamentalmente porque ahora se la usa para integrar importantes conceptos en muchas y variadas disciplinas intelectuales así como en varios sistemas de pensamiento incompatibles entre sí".

Cabe destacar que la contraposición élite-masa ha influido sustancialmente en el significado y en las actitudes frente al término cultura. La cultura tradicionalmente ha sido considerada como un patrimonio exclusivo de las élites como un conjunto de realizaciones teóricas y prácticas, de actitudes, de sistema de valores, de predisposición para captar lo bello y lo feo. La manera en que las masas, las grandes mayorías de los pueblos, captaban y entendían la realidad, expresaban sus sentimientos o realizan sus celebraciones no contaba en el ámbito del término cultura. La cultura solamente provenía de las elites y las mayorías que no conformaban esas élites eran consideradas incultas.

Esta contraposición excluyente hace crisis con el desarrollo de la Antropología Cultural. Si partimos del hecho de que el hombre, a diferencia de los animales, es un ser en el que prima la creatividad sobre el instinto en sus relaciones con el ambiente físico y con los demás hombres, al actuar socialmente desarrolla un sistema interrelacionado de ideas, pautas de comportamiento, valores, creencias, etc., que conforman una cultura de acuerdo con la cual organiza su vida, llegamos a la conclusión de que ser cultural es inherente a la condición humana y de que la cultura no es patrimonio exclusivo de ningún pueblo ni de ningún estamento social dentro de un pueblo. La Antropología Cultural democratiza el concepto cultura al extenderlo a todo los hombres y elimina del mismo su connotación elitista.

Muchas son las definiciones que se han dado de cultura, variando ellas de acuerdo con las escuelas antropológicas. Transcribo a continuación la de Amadou Mahtar M'Bow, ex Secretario General de la UNESCO:

"Cultura es a la vez aquello que una comunidad ha creado y lo que ha llegado a ser gracias a esa creación; lo que ha producido en todos los dominios donde ejerce su creatividad y el conjunto de los rasgos espirituales y materiales que, a lo largo de ese proceso, han llegado a modelar su identidad y a distinguirla de otras".

De acuerdo con esta definición, toda comunidad humana tiene su cultura. No tiene sentido hablar de pueblos cultos y de pueblos incultos, lo que existen son culturas diferentes. Lo que interesa es tratar de comprender a los sectores culturalmente diferentes partiendo de sus pautas y sistemas organizadores y no desde criterios y puntos de vista ajenos.

Las denominadas culturas "primitivas", es decir aquellos

grupos que subsistían al margen de las influencias de la civilización occidental, fueron inicialmente las que despertaron interés entre los antropólogos culturales; descubrieron que los sistemas de familia y parentesco de los pueblos autodenominados cultos no eran los únicos ni necesariamente los mejores para organizar la sociedad; que había otros mecanismos apropiados para organizar los procesos económicos; que las visiones de la naturaleza variaban sin por ello dejar de ser eficaces; que los cánones para expresar y apreciar la belleza eran distintos y que éstas y muchas otras manifestaciones vitales concurrían para dar solidez a la organización de los pueblos, dar fluidez a la interacción social y facilitar un proceso de adaptación a medios a veces tremendamente duros como las selvas africanas, la amazonía o las regiones árticas.

Estas modificaciones enriquecieron el concepto cultura al incorporar otros grupos humanos con ideas, creencias, sistemas de valores y pautas de comportamiento antes considerados como incultos y al expandir, dentro de un pueblo, el contenido cultura desde las elites minoritarias detentadoras del poder a todos los estamentos de la sociedad.

ARTE

Si el concepto cultura es uno de los más complicados del idioma, no lo es menos la palabra arte. Estando el arte vinculado a expresiones subjetivas, a diferentes concepciones de la belleza, a contenidos culturales que varían de comunidad humana a comunidad humana, es obvio que no exista un acuerdo universal acerca de lo que por arte se entiende. El viejo aserto popular "de gustos y colores no discuten los doctores" cobra plena validez cuando se trata de arte.

Alexander Alland define el arte como:

"Juego con la forma que produce algún tipo de transformación-representación estética lograda".

Los conceptos que integran esta definición son pocos y tienen la ventaja de ser aplicables y útiles para interpretar las muy variadas formas de expresión artística que se dan en las múltiples culturas que integran la humanidad así como en los diferentes estamentos o compartimentos que conforman una sociedad en el sentido actual de este término.

Al hablar de juego, Alland hace referencia a una forma de comportamiento gratificante y creativo del ser humano en el que la libertad fundamenta y nutre la creatividad del hombre desatándole en distintos grados de los rígidos condicionamientos de la realidad natural y de las normas sociales a veces casi sacralizadas, el juego no está estricta y disciplinadamente ligado a las funciones utilitarias y de supervivencia, las sobrepasa e incursiona en otras funciones de la vida humana.

La forma constituye el elemento limitante del libre juego. Se juega con algo: movimientos, sonidos, palabras, tipos de materiales, colores, etc. Las formas limitan la organización espacial y temporal del juego, concretan este libre juego de la creatividad humana a contenidos limitados y dan lugar a formas de tratamiento, es decir a reglas del juego del arte. El ilimitado universo de la acción creadora se restringe a los "aquí" y a los "ahora" que la forma establece. La forma hace que el artista ponga sus pies en el suelo para concretar los vuelos del juego imaginativo.

La transformación-representación apunta más bien a lo

que solemos denominar mensaje. Siendo el arte comunicación requiere de un proceso para introducir cambios valiéndose de los elementos con que se cuenta para hacer llegar a los demás con mayor o menor éxito-contenidos elaborados con vivencias íntimas que bullen en la conciencia, o vivencias que se han convertido en patrimonio de la colectividad, pero que no todos sus integrantes están en condiciones de expresarlas aunque sí de contemplarlas. El arte como mensaje frecuentemente genera diálogo, actitudes o formas de comportamiento, lo que es posible si se da una hermanada secuencia transformación-representación. El artista transforma para representar.

A diferencia de otros tipos de comunicación, en el caso del arte, el mensaje tiene que ser estéticamente logrado. Además de animal racional y hábil el hombre es también animal estético. Lo útil que el ser humano elabora para satisfacer sus necesidades de sobre vivencia muy frecuentemente está sazonado por lo bello, por reacciones emocionales frente a lo que se ha hecho y que tienen que ver tanto con las vivencias espirituales del contemplador como con la liberación del artista-creador al trasladar a objetos reales inquietudes íntimas. La mayor o menor dosis de arte que una obra tiene, se mide por el placer espiritual que genera cuando ha sido lograda.

Entendido así arte, es evidente que forma parte de la cultura, y siendo las culturas diferentes, el arte participa de esas diferencias. Lo que las culturas indígenas-americanas o las culturas africanas consideran obras de arte, no necesariamente merecen ese calificativo por parte de la cultura europea-occidental. Los términos que integran la definición de Alland son universales en cuanto es propio de la condición humana jugar, expresar y contemplar la belleza,

sujetarse a formas, transformar elementos y emitir mensajes mediante procedimientos de representación. Cada colectividad humana entiende de manera diferente cómo y en qué condiciones y oportunidades se juega, qué se entiende por belleza, cuáles son las formas con que se cuenta y cómo deben ser manejadas.

Los elementos materiales y artificiales con que se cuenta para llevar adelante los cambios y las transformaciones no son los mismos en todas las culturas y ocurre igual con las tecnologías disponibles. Los símbolos que requieren los mensajes son también privativos de cada cultura.

Por lo expuesto, no tiene sentido en nuestros días a la luz de los avances de la Antropología Cultural hablar de culturas que tienen arte y de culturas que carecen de arte. Toda cultura tiene arte pero se explicita de manera diferente de acuerdo con las peculiaridades del entorno respectivo. Así como no es correcto afirmar que hay culturas superiores y culturas inferiores, tampoco cabe hablar de artes superiores e inferiores. Lo que hay es artes diferentes que deben ser entendidos e interpretados de acuerdo con las variaciones de las culturas en las que se generaron.

POPULAR

La ambigüedad afecta también al concepto pueblo y su derivado popular. Cuando en una campaña electoral un candidato aspira a obtener un mayor número de sufragios, insistentemente apela al pueblo, se autocalifica su defensor, hace gala de su origen "popular" y a veces se inventa un antepasado procedente del "pueblo". En este caso pueblo hace referencia a las mayorías desprotegidas que requieren mayor atención del estado. Si en un artículo periodístico se usa el término "pueblerino", el sentido es denigrante y hace

referencia a una visión limitada de la problemática o a falta de refinamiento y amplitud en las actitudes. En otros casos, la palabra popular tiene que ver con amplia aceptación dentro de una colectividad de una persona, un programa o un producto, aceptación que sobrepasa a un grupo pequeño y se incorpora a amplios sectores.

Pueblo y popular en todo caso hacen referencia a los sectores mayoritarios de una colectividad en contraposición a las "elites".

La Revolución Francesa eliminó la consagración legal de estas diferencias, pero en el terreno de los hechos, a las puertas del año dos mil, es evidente que subsiste la división entre aristocracia, oligarquía o plutocracia y pueblo o sectores populares.

Haciendo referencia a la contraposición popular-elitista, José González Álvarez limita los alcances del término popular de esta manera:

"Por elitista se entiende el conjunto de conocimientos, valores, costumbres, instrumentos, etc., que poseen un alto grado de elaboración y refinamiento y cuyo acceso queda reservado al sector económicamente privilegiado de la población. Popular (en términos- culturales) viene a ser el conjunto de costumbres, valores y expresiones culturales que brotan espontáneamente del sector mayoritario de la población y se transmite de generación en generación sin ninguna técnica de especial complejidad".

Señalar los límites entre lo popular y lo elitista no es posible en las culturas contemporáneas. Si aceptamos esta contraposición de conceptos, entre lo popular y lo elitista,

existe una amplia "tierra de nadie". En países multirraciales y multiculturales como la mayor parte de los latinoamericanos, este intento de establecer límites se torna más difícil debido a la supervivencia de rasgos culturales autóctonos y de otros surgidos a lo largo de un complejo proceso de mestizaje.

En las culturas tiende a darse un doble proceso: la elitización de lo popular y la popularización de lo elitista. La tendencia normal a imitar hace que sectores populares incorporen a su cultura frecuentemente con retraso rasgos que un día fueron patrimonio exclusivo celosamente guardado en las élites. Fenómenos como las modas, el "buen gusto", son ejemplos claros de lo anotado; modelos de prendas de vestir, de joyas que inicialmente formaron parte de la cultura elitista pueden luego de un tiempo hacer presencia en los sectores populares e incorporarse a su acervo. La vestimenta de la corte en el Brasil, exclusiva de la elite cortesana, se incorporó a la cultura popular en los carnavales como disfraz de las escuelas de samba.

No es menos frecuente el fenómeno contrario: temas, vivencias y realizaciones populares, en un momento dado son incorporadas por las elites o sirven de fuente de inspiración para sus obras. Tipos de comidas restringidas al pueblo, con el tiempo son aceptadas por las elites. No es raro en el campo de la arquitectura encontrar rasgos populares en mansiones de personas elitistas "propietarias del buen gusto".

La Carta Interamericana de las Artesanías y Artes Populares laborada por la OEA, habla de arte popular en estos términos.

"Arte popular es el conjunto de obras plásticas y de otra naturaleza, tradicionales, funcionalmente satisfactorias y útiles, elaboradas por un pueblo o una cultura local o regional para satisfacer las necesidades materiales y espirituales de sus componentes humanos, muchas de cuyas artesanías existen desde hace varias generaciones y han creado un conjunto de experiencias artísticas y técnicas que las caracterizan y dan personalidad".

ARTESANÍAS

Luego de la revolución industrial, surgió y se robusteció la tendencia a establecer fronteras claras entre lo utilitario y lo estético, es decir entre aquellos objetos hechos por el hombre destinados a satisfacer necesidades básicamente materiales y aquellas otras creaciones hechas exclusivamente para la expresión y la contemplación de la belleza. Lo producido en serie repetitiva y exactamente por la máquina son objetos utilitarios que tratan de homogeneizar la conducta humana en cuanto a satisfacción de determinados tipos de necesidades se refiere (cubiertos y vajillas, prendas de vestir, etc.) La obra de arte en cambio pretende romper esta monótona uniformidad y portar valores estéticos que se agotan en su contemplación. Personas e instituciones que cuentan con cuadros o esculturas poseen estos objetos con el único propósito de embellecer el espacio correspondiente y los artistas dedican todo su esfuerzo con la finalidad de ser exitosos, lo que explica de alguna manera un afán, a veces obsesivo, por ser originales.

En la cultura posindustrial, las artesanías han sido ubicadas definitivamente en el ámbito de lo popular; si se concede algún valor estético a las artesanías, éstas serían "artes menores" y de segunda clase. Para calificar a un poeta

como mediocre solía utilizarse el término "artesano del verso".

Por su íntima vinculación con el universo de la cultura y del arte, por su gran variedad de realizaciones, por la convivencia de lo utilitario y lo estético, no hay consenso sobre el concepto de artesanías y su alcance. Juan Acha cuando habla de artesanías dice:

"Con el epíteto artesanías pretendemos cubrir los modos de producción y consumo de las manifestaciones culturales que, en tiempos precapitalistas o lo que es igual prerrenacentistas, fueron consideradas como estéticas o artesanales o bien, si deseamos atenernos a los vestigios o pruebas disponibles, fueron materializadas en objetos bellos".

Este concepto enfatiza en los contenidos económicos de las artesanías cuando hace referencia a los modos de producción y consumo, pero no aborda muchos otros aspectos del universo artesanal. Ante la dificultad de lograr una definición sobre la que haya consenso, enumeraremos algunas características propias de las artesanías en nuestra época, siguiendo en lo fundamental las pautas del Dr. Daniel F. Rubín de la Borbolla.

Lo artesanal tiene un alto contenido utilitario ya que su razón de ser es satisfacer necesidades primarias y secundarias de los integrantes de una colectividad.

Lo útil y lo bello no constituyen dos universos diferentes en el mundo artesanal, coexisten y hacen presencia en los objetos de la artesanía.

Lo artesanal es funcional en cuanto responde a maneras de hacer las cosas y enfrentar situaciones por parte de la comunidad.

Tiende a ser autosuficiente en cuanto la comunidad tiene a su alcance la materia prima que transforma con habilidades y destrezas, o posee canales eficaces para acceder a esas materias producidas en otras zonas.

Los conocimientos en torno a los oficios artesanales se transmiten de manera informal. El artesano aprende su oficio a base de experiencias directas adquiridas durante su trabajo.

Proyecta en los objetos artesanales una serie de características, modos de ser, valores y actitudes propios de la cultura material y no material de la comunidad.

Característico de las artesanías es su alto contenido tradicional porque tiende a afianzar rasgos espirituales y materiales propios y distintivos desde hace muchos años de la comunidad respectiva.

Es creativa en cuanto desarrolla las facultades anímicas para permitir la introducción de innovaciones que respondan a las nuevas situaciones y experiencias, a la vez que mantiene la tradición mediante repeticiones sistemáticas.

Tiende a mantener la cohesión cultural en la comunidad al asegurar la producción de medios para satisfacer las necesidades desarrolladas en el pasado. La crisis o desaparición de una artesanía crea conflictos en la colectividad que busca reajustes.

La división del trabajo y la distribución del tiempo

responden frecuentemente a necesidades concretas de terminar otras, a exigencias familiares y comunales. En el sector rural especialmente, el calendario litúrgico que ordena el devenir temporal de la comunidad influye en la planificación del tiempo y en el ritmo del trabajo.

Es muy frecuente en el mundo artesanal la dedicación de tiempo parcial a la elaboración de objetos artesanales. Muy frecuentemente el artesano comparte su trabajo y su tiempo con otro tipo de actividades como la agrícola.

En la producción artesanal se da un control directo y casi total del proceso por parte del artesano. El artesano típico actúa personal e inmediatamente para introducir en la materia las variaciones deseadas y lograr que el producto terminado responda a las expectativas de lo ideado. Cuando se trata de objetos complejos en cuya ejecución intervienen varias personas, existe un sistema directo y personal de dirección para conseguir la integración adecuada de las partes en el todo.

La máquina en la producción artesanal desempeña un papel auxiliar, es un acelerador de procesos, pero hay siempre un predominio del artesano en la producción.

EL DISEÑO COMO CARRERA Y LAS ARTESANÍAS

DISEÑAR Y COPIAR

En uno de los cursos interamericanos para artesanos artífices que se llevó a cabo, un artesano-joyero de indiscutible habilidad y pericia arguyó con insistencia acerca de cuán innecesarios eran los ejercicios en el área de morfología para, partiendo de un elemento natural o artificial, realizar los procesos de cambio que culminaban en una propuesta de diseño. Con un catálogo de joyas de

Florenxia en mano pretendía reforzar su argumentación alegando que no tenía sentido perder el precioso tiempo con este tipo de ejercicios si es que ya existían los diseños y sus realizaciones. A la contra-argumentación del profesor respondió: "deme los materiales y las herramientas y le demostraré que puedo reproducir exactamente cualquier pieza del catálogo".

El punto de vista de este artesano joyero no es extraño ni excepcional en el tercer mundo y es compartido por muchas personas. Si a alguien o a algo hay que culpar por esta manera de pensar es a los siglos de dominación cultural que países de este tipo de mundo han sufrido.

Lo aceptable, lo bueno y lo óptimo no se encuentran en nuestros pueblos sino en Europa y a través de ella en los Estados Unidos, de manera que seremos tanto mejores cuanto mejor copiemos, y no tiene sentido crear si es que otros ya lo han hecho. No está en duda la habilidad y la capacidad para el trabajo de los tercermundistas, pero la destreza de esas a veces prodigiosas manos hay que ponerlas al servicio de cerebros "superiores" de otros pueblos.

El diseño como carrera, formación de las personas mediante el estudio y las acciones prácticas, supera al diseño espontáneo. Cerca del año dos mil ya no es suficiente confiar en la predisposición natural de las personas, en su buen gusto, para elaborar objetos como sucedía en el pasado. Como ocurre en otras áreas del quehacer humano es necesario y conveniente confiar en personas que han dedicado años de su vida a especializarse en determinadas parcelas de la ciencia y del arte y recibir su asesoría y sus puntos de vista. Para construir un edificio hay que recurrir a un arquitecto y no limitarse a los conocimientos de los prácticos como en el

pasado. También para elaborar objetos, cada día es conveniente recurrir a los profesionales del diseño o, en muchos casos, enriquecer y organizar la capacidad creadora con conocimientos teórico-prácticos de diseño.

Ciertamente el diseño como carrera surgió y se desarrolló con posterioridad a la revolución industrial como una respuesta a una serie de problemas que el nuevo tipo de sociedad tenía para afrontar ante un sistema de producción más rápido y en cierto sentido más eficiente y funcional. La complejidad de la cultura industrial requirió de nuevos tipos de saberes coherentes con las transformaciones tecnológicas y sociales ampliando y enriqueciendo el ámbito del conocimiento.

ARTESANÍAS Y DISEÑO EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

En la sociedad anterior a la revolución industrial, a través de las artesanías se satisfacía un elevado porcentaje de necesidades humanas. En la elaboración de objetos utilitarios y suntuarios había un predominio del control del hombre y las herramientas y máquinas servían de auxiliares en el proceso productivo. Las artesanías y los artesanos jugaban un papel trascendental en la sociedad y en la satisfacción de sus necesidades.

En la sociedad posterior a la revolución industrial son las máquinas las que juegan un papel preponderante en la producción de un alto porcentaje de objetos satisfactorios de necesidades. La revolución tecnológica incide en la variedad y celeridad del proceso productivo, los nuevos factores de la producción inducen cambios profundos en la organización social, la economía varía sustancialmente lo que da como resultado una notable disminución de la importancia del artesano y el artesanado en la sociedad industrial. Se sigue

el atractivo de los objetos artesanales está en gran medida en su originalidad y en su procedencia de mundos y sectores no masificados. Los materiales sintéticos con los que se elaboran la gran mayoría de objetos utilitarios en el mundo industrial han generado una sobre valoración y atractividad de los materiales naturales como la madera, la lana, el algodón, la arcilla, etc., los mismos que con gran frecuencia se encuentran vinculados a la producción artesanal.

Habiendo las artesanías perdido mucho terreno en el campo de lo utilitario y teniendo que competir en desventaja con los productos industriales, la conformación final de los objetos artesanales tiene que planificarse y realizarse considerando las nuevas dimensiones de su atractividad. En los países subdesarrollados, en algunos sectores aún se recurre a las artesanías para satisfacer necesidades, pero se trata de sectores marginales que con el decurrir del tiempo van sustituyendo estos objetos con otros producidos industrialmente. Persistir en mantener este tipo de consumo marginal para preservar las artesanías de esta manera es una batalla perdida.

La subsistencia de la artesanía es posible acoplando su producción a las apetencias del mercado total o parcialmente industrializado y considerando el atractivo que tiene para el consumidor en el que pesan más los contenidos culturales que los estrictamente económicos. Habitantes urbanos que visten prendas hechas de telas elaboradas artesanalmente o adornadas con bordados a mano, están gastando más dinero que en telas hechas en fábricas, pero el mayor gasto se justifica por la satisfacción que conlleva vestir algo en lo que directamente está presente la mano del hombre, sus habilidades y destrezas.

Dentro de este contexto, la subsistencia de las artesanías es factible si se las entiende como una alternativa a los productos industriales para quienes aprecian los factores originalidad y presencia más directa del ser humano. El diseño como carrera toma en consideración en el proceso productivo algunos factores además de la funcionalidad: aspectos estéticos, manejo y procesamiento de materiales, costos de producción, aceptación y atractividad del consumidor entre otros; todos los principios que responden en el diseño a estos factores no son incompatibles con la producción artesanal. No cabría ni sería posible trasladar directamente el diseño industrial a las artesanías, pero si es perfectamente factible y legítimo adaptar esos conocimientos y criterios, por lo menos parte de ellos, a la producción artesanal.

El diseño espontáneo no es estático, ha cambiado a lo largo de la historia de acuerdo con las transformaciones que se han dado en las culturas, la incorporación de nuevos materiales, el invento de otras herramientas y máquinas, los avances en los conocimientos, las variaciones en los sistemas de valores. Cambios profundos como los ocasionados por la revolución industrial, entre ellos la alternativa del diseño como carrera al diseño espontáneo, pueden y deben influir en la producción artesanal que antes estaba vinculada exclusivamente al diseño espontáneo.

La relación artesanías-diseño puede darse en el estudio del fenómeno artesanal en las carreras de diseño y en la enseñanza de diseño en los cursos de capacitación artesanal. El diseñador de carrera es conveniente que reciba cursos especializados relacionados con las artesanías para que adapte y adecúe sus conocimientos a este sistema de producción y para que esté en condiciones de encontrar en lo

La coexistencia de lo útil y lo bello en las artesanías cobra más importancia en la sociedad industrial contemporánea si analizamos el problema desde dos puntos de vista:

1. La pérdida de terreno de las artesanías frente a los productos industriales lleva a enfatizar los contenidos estéticos en los objetos artesanales ya que en ellos radica preponderantemente su atractivo.
2. Es preciso detectar con claridad cuáles son aquellos elementos estéticos que son privativos de las artesanías y que muy difícilmente pueden contener los objetos industriales que también aspiran a portar rasgos de belleza.

Los principios y conocimientos que se han desarrollado en el diseño como carrera pueden aplicarse a la producción artesanal considerando, entre otros aspectos, lo anotado anteriormente y haciendo énfasis en aquellos elementos que siendo parte integral de las artesanías no pueden darse en la industria. De esta manera es posible reforzar la presencia artesanal como una alternativa a la industria.

En definitiva, el diseño artesanal integrado a la carrera de diseño y superando al diseño espontáneo que por muchos siglos ha producido artesanías, debe abordar los siguientes problemas, entre otros:

1. La creatividad que se da en la cultura popular y en las artesanías debe enriquecerse y perfeccionarse con los aportes del diseño como carrera, evitando caer en la utilización de manos hábiles que trabajan para cerebros ajenos copiando lo que se ha hecho en otras partes.

artesanal elementos de extraordinaria importancia para su quehacer creativo.

LO UTIL Y LO BELLO EN LAS ARTESANÍAS

Las artesanías son manifestaciones del arte popular y éste se da con gran frecuencia- algunos piensan que siempre agregado o integrado a otras manifestaciones de cultura. Octavio Paz, en su artículo El Uso y la Contemplación dice:

"Jarra de vidrio, cesta de mimbre, huipil de manta de algodón, cazuela de madera: objetos hermosos, no a despecho sino gracias a su utilidad. La belleza les viene por añadidura, como el olor y el color a las flores. Su belleza es inseparable de su función: son hermosos porque son útiles.

Las artesanías pertenecen a un mundo anterior a la separación entre lo útil y lo hermoso. Esta separación es más reciente de lo que se piensa: muchos de los objetos que se acumulan en nuestros museos y colecciones particulares pertenecieron a este mundo en donde la hermosura no era un valor aislado y autosuficiente. La sociedad estaba dividida en dos grandes territorios, lo profano y lo sagrado. En ambos la belleza estaba subordinada, en un caso a la utilidad y en otro a la eficacia mágica".

Las apreciaciones de Octavio Paz se refieren en gran medida al pasado, pero son válidas en el presente. En el mundo del arte popular y de las artesanías siguen siendo una realidad actual. El contenido estético de objetos utilitarios es a veces tan intenso en las creaciones populares que para la óptica elitista puede pasar por una obra de arte autónoma como en el caso de una joya, una pieza de cerámica, una prenda de vestir.

2. Es preciso considerar el papel de las artesanías en la sociedad industrial compitiendo con este tipo de productos y buscando, mediante el diseño, qué características deben tener las artesanías como alternativa a lo hecho industrialmente.
3. Es importante tener ideas claras acerca de lo que busca el comprador de artesanías, cuáles son las razones por las que en algunos sectores sociales se prefiere lo "hecho a mano" sobre lo hecho a máquina, superando estos últimos objetos a los primeros en perfección y funcionalidad.
4. En una sociedad en la que predomina la producción en serie y la masificación de productos y en cierto sentido de gustos, lo artesanal está ligado a lo original y a lo exclusivo. En qué medida debe el diseño reforzar estas peculiaridades de las artesanías.
5. Antes de la revolución industrial, en los productos artesanales convivían lo útil y lo bello. Una de las consecuencias de la revolución industrial en el universo del" arte ha sido la tendencia a separar estas dos manifestaciones culturales y fomentar la producción de objetos cuya única función es la de expresar y contemplar la belleza, es conveniente que el diseño artesanal enfatice en esta coexistencia de lo útil y lo bello en las artesanías reforzando sus contenidos estéticos.

TRADICIÓN, ARTESANÍAS Y DISEÑO

ARTESANÍAS Y DISEÑO

Si las artesanías responden a sistemas de producción anteriores a la revolución industrial que persisten y coexisten con procesos productivos industriales, es normal que el contenido "tradición", entendido como presencia del pasado en el presente humano, esté muy vinculado a las artesanías, lo que se refuerza si es que recordamos que el mundo artesanal es parte integrante de la cultura popular.

La cultura elitista se transmite y difunde mediante la educación formal y los medios de comunicación colectiva, en ambos casos son los detentadores del poder político y económico quienes tienen el control de estos mecanismos difusores. La cultura popular en cambio sobrevive merced a las prácticas permanentes de sus rasgos que se transmiten de generación a generación por imitación y observación directa configurando lo que denominamos tradición.

Frente a la tradición, se dan en nuestra época dos posiciones contrapuestas: renunciar a ella, desalentarla considerándola una rémora, un lastre del pasado que frena e impide la proyección de la sociedad hacia el futuro. Esta posición está íntimamente vinculada a un enjuiciamiento despectivo de la cultura y del arte popular y en consecuencia de las artesanías, en la medida en que el mejoramiento de las condiciones globales de vida sólo es posible se piensa si es que hay progreso, el cual requiere una desvinculación lo más radical posible del pasado y de la tradición.

El enfoque contrapuesto preconiza la preservación total e íntegra de la tradición oponiéndose a cualquier modificación por pequeña que sea. Esta posición presupone vivir de espaldas al futuro considerando cualquier cambio

como sospechosamente negativo.

Las dos actitudes, como todo extremo, no son ni correctas ni constructivas. Un árbol tiene raíces, tallo, ramas, hojas, etc., y sobrevive a plenitud si es que permanecen íntegros sus componentes. Si destruimos sus raíces (el pasado) el árbol muere. A la inversa, una destrucción sistemática de sus ramas y su tallo puede ocasionar las mismas consecuencias, existiendo la posibilidad de que la conservación de las raíces genere retoños, es decir la revitalización de los componentes externos.

Lo razonable es conservar la tradición pero admitiendo las inevitables y frecuentemente beneficiosas innovaciones. El ser humano en términos individuales o colectivos vive siempre un presente o una secuencia de presentes, pero estos presentes necesariamente están configurados por el pasado y a su vez muchos actos realizados en un determinado momento tienen sentido pleno en relación con hechos que se perfeccionarán en el futuro. Por mucho que nos empeñemos no podemos vivir un presente de espaldas a las otras dos dimensiones temporales.

Los esfuerzos para establecer un orden significativo que conforma el diseño no pueden partir de cero, de la nada, sino de elementos que las circunstancias espacio-temporales ofrecen y entre estos elementos están los que la tradición aporta.

Si diseñar es cambiar, no cabe ni tiene sentido que el diseño se limite a reproducir exactamente el pasado. Quien reproduce con sorprendente exactitud una pieza de cerámica precolombina, no está diseñando sino copiando, al igual que el joyero que reproduce un modelo de una joya trabajada en

estos días en Florencia.

La tradición y la cultura popular nos facilitan una muy rica y amplia gama de elementos que pueden servir de punto de partida para diseños creativos. No es en el mundo de las artesanías apropiado limitarse a rescatar y conservar como reliquias del pasado aquello que el ser humano elaboró a lo largo de los años, lo conveniente es partir de esas realizaciones para actualizarlas a las exigencias del presente y a las expectativas del futuro. Sí en la elaboración de artesanías se trabaja con este criterio, se deja de ser hábiles manos al servicio de cerebros ajenos, instrumentalizándose esa habilidad para la creatividad de nuestros propios cerebros.

ARTESANÍAS NO TRADICIONALES

Los culturalistas a ultranza pretenden que las artesanías deben estar vinculadas en forma total a la tradición y que cualquier cambio que se haga a lo tradicional, aunque se limite al proceso de producción, es negativo y atenta contra la esencia de lo artesanal. Quienes creen que lo fundamental en el mundo artesanal es la comercialización de los productos sostienen que todo cambio es bueno si es que redunde en un incremento de demanda en el mercado. Lo importante en este caso es una posición intermedia que pretenda una síntesis entre el contenido cultural tradicional de las artesanías y el éxito en la comercialización.

La cultura no es estática y está sujeta a transformaciones a lo largo de la historia, siendo las artesanías expresiones culturales, no pueden evadir los cambios de la cultura de la que forman parte. Los cambios culturales se dan en diferentes áreas cuando tienen que ver

con los factores estéticos de los objetos que se elaboran. José Alcina de Franch en su obra "Arte y Antropología" considera las siguientes componentes que estructuran una obra de arte: material, asunto, finalidad, técnica, forma y estilo. Estos elementos están sujetos a cambios en la medida en que la cultura cambia y son aplicables a las artesanías por su alta dosis de arte que conllevan.

Las artesanías tradicionales han sido producto, en gran medida, de las sociedades rurales; una de las consecuencias de la revolución industrial es la de una creciente concentración de la población en el sector urbano con todos los cambios en las formas y estilos de vida que ello implica. Ciertamente es que en las ciudades hay una vinculación sustancialmente mayor a la industrial y sus productos, pero existe también una artesanía urbana con presencia de los elementos que esta manera de vivir trae consigo. Esta serie de fenómenos nos llevan a concluir que existen artesanías no tradicionales como respuestas a necesidades y apetencias de nuevas formas de vida que carecen de tradición por ser fundamentalmente nuevas y que las artesanías no tradicionales se dan preferentemente en los sectores urbanos.

En la producción artesanal inciden en gran medida los cambios tecnológicos que se han dado y siguen dándose. La revolución industrial fue una revolución eminentemente tecnológica y necesariamente estas transformaciones en las tecnologías han afectado a las artesanías.

En el caso de la cerámica, por ejemplo, se han dado cambios importantes en la extracción de la arcilla, la preparación de la misma, la producción y tratamiento de los vitrificantes y esmaltes, la quema. Los puristas del tradicionalismo pretenden que una artesanía de cerámica es

tanto más auténtica cuanto más tradicional sean las técnicas y los materiales empleados y que cualquier innovación atenta contra la autenticidad de las artesanías. Criterios de este tipo no son adecuados pues el aprovechamiento y la introducción de variaciones tecnológicas que mejoran, aceleran y ahorran energías en el proceso de producción, no necesariamente inciden en el resultado final del objeto artesanal como una alternativa a los productos industriales. Si un artesano utiliza molinos para preparar la arcilla, compra vitrificantes y esmaltes producidos industrialmente y realiza la quema en un horno eléctrico, de ninguna manera está atentando contra la autenticidad del producto final, ni se puede hablar de la producción en serie que es típica del mundo industrial. Desde que algún homínido hace millones de años elaboró una rudimentaria lasca de piedra hasta la producción en serie de nuestros tiempos las tecnologías han cambiado espectacularmente y las artesanías han ido adaptando los procesos productivos a estas innovaciones.

Los materiales han estado a lo largo de la historia en procesos permanentes de cambio, se han introducido nuevos tipos en diferentes épocas como cuando los metales desplazaron en muchos aspectos a la piedra. La revolución industrial se proyecta también a los materiales; los sintéticos, ejemplificados en la enorme variedad de plásticos, constituyen quizás el caso más notable en la elaboración de satisfactores de necesidades (recipientes, utensilios, telas). Si bien es verdad que los materiales sintéticos se han desarrollado e introducido fundamentalmente para la producción industrial plantean problemas de uso en las artesanías contemporáneas. Existe una marcada tendencia a identificar lo artesanal con materiales naturales, pero también se dan artesanías que recurren a sintéticos y no hay razón de peso para considerar incoherente este uso, sea como

materiales fundamentales sería el caso de textilera hecha artesanalmente con orlón sea con materiales auxiliares que sería el caso y comentado del uso de vitrificantes y esmaltes producidos industrialmente para el uso de la cerámica. Si recurrir a nuevas fuentes de energía, herramientas y maquinaria es legítimo en la producción artesanal contemporánea, también lo es hacer uso de materiales nuevos.

En lo referente al estilo, la forma y el asunto, también las nuevas situaciones de la sociedad urbana-industrial plantean cambios en la concepción de las artesanías al borde del año dos mil, no es suficiente actualizar lo tradicional, y acoplarlo a las apetencias del mercado, es también necesario en muchos casos dar respuestas artesanales a las innovaciones de las formas de vida y las jerarquías de valores del mundo contemporáneo. En todas estas innovaciones de la producción artesanal, en la interacción coherente de materiales, asunto, finalidad, técnicas, formas y estilos, 105 contenidos del diseño formal desarrollados desde su aparición como carrera juegan un papel de mucha importancia en el mundo en que vivimos.

ARTESANÍAS E IDENTIDAD CULTURAL

En el proceso de desarrollo histórico de los países del tercer mundo, incluidos los latinoamericanos, las élites culturales (en el caso latinoamericano, las Ibéricas) fueron totalmente dependientes asociando verdad, buen gusto, contenidos estéticos, etc., con lo aceptado como tal por los vencedores. Se era tanto más culto cuanto más fielmente se reproducían los valores consagrados por la metrópoli. Entremezclar las formas de comportamiento y los patrones de creación y contemplación ibéricos con lo indígena, y lo africano equivalía a renunciar parcial o totalmente a la cultura. La independencia política no tuvo su equivalente en

la independencia cultural. La Meca de la cultura pasó de Madrid a París. Cultura y progreso se identificaban con la imitación, sin crítica alguna, de lo que ocurría en Francia.

Con insistencia cada vez mayor se habla en nuestros días de la necesidad de afianzar la identidad nacional, la identidad cultural de los pueblos, es decir de ser peculiares y diferentes a otros pueblos. Trasladar estas intenciones al terreno de la realidad requiere encontrar cuáles son las fuentes y los motivos identificatorios. Ellos no se encuentran en la cultura elitista eminentemente imitativa, y en escasa medida en las culturas vernaculares, por cuanto las etnias sobrevivientes (las de la Amazonía serían un caso) gracias a la incomunicación con la cultura global responden a cosmovisiones, sistemas de valores y patrones de conducta ajenos a las grandes mayorías populares. La fuente de nuestra identidad cultural está en lo popular-mestizo. Si queremos reforzar nuestras peculiaridades que nos posibiliten hacer presencia cultural auténtica, la cultura popular es el más rico venero para estructuramos conforme a nuestra identidad y las artesanías forman parte muy importante de esta cultura.

El arte y los contenidos estéticos de las artesanías, se encuentran en una cultura formando parte de ella y se expresan dentro de los parámetros de la compleja realidad. El "arte por el arte", es decir ajeno a las instituciones, ideas, creencias y valores de un entorno cultural, no se da en la práctica. Responden a las concepciones de lo perceptible y lo no perceptible, a las aspiraciones y expectativas de la vida humana individual y colectiva, a las tecnologías y materiales de que se dispone, a la jerarquización de valores, a las formas y normas de comportamiento. Si la prioridad del ser humano se centra en la "otra vida", si la suerte en el mundo posterior a la

muerte física se la labra a lo largo del tránsito por la tierra observando una serie de requisitos morales, rituales y ceremoniales, las obras de arte responderán a estas prioridades como lo corrobora el arte medieval en la Europa Cristiana. En una cultura en la que el éxito humano radica en ser excelente guerrero, las realizaciones artísticas girarán en torno a la guerra. Los griegos clásicos, admiradores de la condición humana, de sus encantos físicos mensurables mediante cánones, dieron especial importancia a la figura humana, especialmente en la escultura.

Para conocer con acierto el sentido y razón de ser de la identidad cultural, es necesario saber, como paso previo, la concepción que de la realidad tienen los sectores populares, que es lo que consideran exitoso en la organización de la vida individual y colectiva. Difícil, si es que no imposible, es hablar de una concepción única de la realidad de los denominados sectores populares ya que ellos cambian en el espacio físico y en la dimensión humana, pero sí es posible intentar tener una idea lo más clara posible del entorno cultural correspondiente a las manifestaciones populares y artesanales que pretendemos apreciar, comprender e interpretar captando los mensajes que se comunican en la transformación-representación.

El mundo contemporáneo, en mayor grado que el del pasado, se caracteriza por la convivencia de contenidos de las culturas regional, nacional y universal y de cambios y transformaciones en los que concurren los tres factores. Si desacertado fue renunciar a nuestros valores populares tradicionales y aceptar sin sentido crítico los provenientes de las metrópolis dominantes, se cometería el mismo pecado si pretendemos encerrarnos en lo nuestro negándonos a admitir todo lo foráneo. Es preciso tener muy en claro que la

incorporación de la cultura popular al diseño no quiere decir renunciar totalmente a los contenidos de la cultura universal. Lo ideal es llegar a un equilibrado término medio para hacer del diseño un proceso de ordenamiento consciente y significativo en el que coexistan creativamente lo tradicional-popular y lo elitista-foráneo.

REFLEXIONES FINALES

El contenido del concepto diseño ha tenido algunas variaciones desde su institucionalización como carrera luego de la revolución industrial, lo que plantea un interrogante: ¿Es posible aplicar los principios y procedimientos del diseño contemporáneo a las artesanías?, y siendo afirmativa la respuesta, dentro de qué patrones culturales es factible esta aplicación y cuáles son los problemas que se deben afrontar. Como conclusión y síntesis se expresan los siguientes criterios:

1. Siendo la cultura un factor primordial en la conducta del hombre, el diseño está en íntima y permanente interrelación con la cultura, la misma que varía de colectividad a colectividad y se modifica con el decurrir del tiempo.
2. La capacidad de diseñar, en sentido extenso, es propia del ser humano y lo ha puesto en práctica desde su aparición en la tierra. Esta capacidad y sus manifestaciones espontáneas se enriquecen en gran medida con la aparición y desarrollo del diseño como carrera. Los principios y técnicas correspondientes pueden ser adaptadas de manera constructiva y positiva a la producción artesanal.
3. El ámbito del concepto cultura, que en el pasado estaba restringido a países tecnológicamente más avanzados, y en

esos países a grupos minoritarios privilegiados, se amplió con el desarrollo de la Antropología Cultural, eliminado la posibilidad de que existan pueblos o grupos "incultos", es decir carentes de cultura. Dentro de este contexto, las artesanías son consideradas como formas de expresión cultural.

4. El arte es una manifestación cultural en la que juega un papel hegemónico el factor estético. Este factor puede darse en producciones cuya finalidad única es la expresión por parte del artista que se comunica a los contempladores, o en objetos en los que lo estético es un elemento entre otros, como la funcionalidad destinada a satisfacer necesidades. En el universo de las artesanías coexisten lo utilitario y lo estético.
5. El arte puede darse, y de hecho se da, en todas las culturas, con variaciones amplias que en gran medida dependen de los patrones culturales correspondientes. El arte no es privilegio ni propiedad exclusiva de algunas culturas.
6. La desigual distribución de riqueza, los privilegios establecidos, y las distintas posibilidades para acceder al poder y controlarlo han hecho que en casi todas las sociedades se haya dado una división entre los sectores elitistas y los sectores populares, existiendo diferencias entre las normas de comportamiento y las expresiones estéticas y culturales entre los dos sectores, lo que ha dado lugar a que se reconozca en una misma colectividad una cultura elitista y una cultura popular, un arte elitista y un arte popular. Las artesanías están incorporadas a la cultura y al arte popular.

7. Los cambios en los sistemas de producción de la revolución industrial han desplazado a las artesanías como satisfactores de necesidades en muchas áreas que en la era pre-industrial estaban a su cargo, existiendo sectores en la sociedad que creen que la artesanías están condenadas a desaparecer en la medida en que el sector industrial se expanda.
8. Las artesanías subsisten en la era industrial como una alternativa de consumo, habiéndose enfatizado en los componentes estéticos y en las peculiaridades que contienen los objetos "hechos a mano".
9. El diseño puede jugar un papel fundamental en el proceso artesanal contemporáneo proyectando tipos de objetos que respondan a las condiciones alternativas de la artesanías en una sociedad crecientemente industrializada.
10. En un mundo en el que hay un creciente y sistemático intercambio de elementos que los pueblos han creado a lo largo del tiempo y continúan creando, es conveniente que cada sociedad exprese su identidad partiendo en sus creaciones de aquellos rasgos culturales que les son peculiares, ya que renunciar a la identidad trae el riesgo de convertirse en reproductores y copistas de lo que en otros conglomerados humanos se ha creado.
11. En los países plurirraciales y pluriculturales hay una muy rica fuente de contenidos que les diferencian de otras culturas. Son especialmente válidos en este aspecto las expresiones estéticas de los pueblos que a lo largo de la historia han sido considerados incultos, salvajes o primitivos.
12. El proceso de mestizaje que se ha dado a lo largo de

siglos implica el surgimiento de elementos culturales. En estas condiciones se han conformado elementos de la cultura mestiza que sirven de fundamento para las normas de comportamiento, sistemas de valores y formas y contenidos de expresión estética en los denominados sectores populares.

13. En América Latina y otras partes del mundo, quienes han detentado los poderes político y económico desde la llegada de los españoles han considerado como elementos culturales válidos y únicos los generados y aceptados en Europa a tal punto de considerar como cultura tan sólo la imitación de estos rasgos, y excluir de la misma los elementos provenientes de los sectores populares indígenas, africanos y mestizos.
14. El desarrollo de la Arqueología y de la Antropología Cultural en los siglos XIX y XX ha influido sustancialmente en la revalorización de los rasgos culturales indígenas, africanos y mestizos dando lugar a que la cultura popular sea cada día más aceptada y se la considere como un factor prioritario en la identidad nacional.
15. Considerando que es importante reforzar la identidad cultural de los pueblos, es preciso que se robustezca el esfuerzo para dejar de ser meros copiadore de los contenidos culturales foráneos y el empeño por hacer de la cultura popular de nuestros países un cuerpo respetable de elementos en las políticas culturales.
16. Siendo el diseño una de las actividades que mejor contribuyen a conformar la imagen de una colectividad, es deseable que la cultura popular sea un elemento

fundamental en cuanto fuente de inspiración y punto de partida para los diseñadores.

17. En los planes y programas de estudio de las escuelas de diseño debe tomarse en cuenta la cultura popular y como parte de ella las artesanías para que los estudiantes, además de conocerlas con la mayor claridad posible, aprendan a valorarlas y aplicarlas en sus ejercicios y propuestas.
18. Siendo la cultura dinámica, no cabe limitar el respeto a la tradición parte importante de la cultura popular— simplemente preservándola como un conjunto de elementos del pasado, sino que es menester incorporarla al presente y proyectarla al futuro. En este aspecto, juega el diseño un papel fundamental.
19. La valorización de la tradición y de la cultura popular no implica la renuncia a la cultura universal. Lo importante es, en el proceso de diseño, contar con ambos tipos de elementos. Lo universal y lo nacional y regional, lo popular y lo elitista no se excluyen entre sí. El diseño, en cuanto ordenamiento creativo y significativo, debe partir de contenidos provenientes de diversas áreas.
20. Para evitar tergiversaciones o deformaciones de los contenidos culturales que lo tradicional, lo popular y lo vernacular conllevan, conviene que trabajen conjuntamente en ciertas áreas el diseñador y el antropólogo.

CAPÍTULO

IV

COMUNICACIÓN Y CULTURAS POPULARES EN LATINOAMÉRICA

INTRODUCCIÓN

Desde hace algunos años los estudios sobre comunicación en América Latina han incorporado, cada vez con mayor frecuencia e interés, el tema de la cultura popular.

En verdad no se trata únicamente de la ampliación de un campo de estudios pues la introducción de esa problemática está replanteando algunos de los ejes desde los que se ha pensado la comunicación. Pero, ¿a qué obedece el interés de los investigadores de la comunicación por las culturas populares? ¿Y qué recubre ese concepto, esto es, qué sentido y alcance tiene hoy lo popular? ¿Desde dónde teóricamente, y cómo, pensar la relación comunicación-culturas populares?

1. ¿Por qué los investigadores de la comunicación se interesan por las culturas populares?

La respuesta a esa pregunta exige que desbordemos el campo estricto de la comunicación, ya que el interés por lo popular en los últimos años no es sólo asunto de los investigadores de comunicación sino de las ciencias sociales en general y de los organismos y organizaciones políticas.

En su origen hay causas socioeconómicas como la expansión del mercado e incorporación de nuevos sectores populares al consumo, así como la complejización de los conflictos en y entre el campo y la ciudad. Existen también factores políticos a diferentes niveles. Está por una parte la profunda transformación de lo político, a la que apunta la prioridad que las izquierdas latinoamericanas le dan a los procesos de democratización, prioridad que al fin parece

situarse en el terreno de las estrategias de transformación social y no únicamente en el de las tácticas para llegar al poder.

Frente a las propuestas que orientaron el pensamiento y la acción de las izquierdas hasta mediados de los años setenta organización excluyente del proletariado, la política como totalización, la denuncia de la trampa burguesa parlamentaria, etc. en los últimos años se va abriendo camino otro proyecto ligado estrechamente al redescubrimiento de lo popular, y que expresa el nuevo contenido que esa noción cobra: revalorización de las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil, sentido social de los conflictos más allá de su formulación y sintetización políticas, reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias.

En otro plano, aunque conectado a lo anterior, se halla esa experiencia que nos viene de los países bajo los regímenes autoritarios del cono sur, y según la cual sus gentes, Sin distinción de clases, encontraron en la cultura popular el modo de supervivencia del sentido, un modo de resistir y preservar la memoria fundamental, el sentido de la vida y de la historia. Estrategias de desvío, interrupción, ocultamiento, reutilización de los lenguajes o de resignificación de los objetos y los recuerdos, que materializan una percepción nueva de las relaciones entre cultura y política.

Ahí se halla el tercer tipo de causas que explican el interés por lo popular: la revalorización de lo cultural. Ciertamente que para algunos esa valorización puede no ser más que una forma de evasión política, resultado de la incapacidad para asumir la crisis de las instituciones y los partidos. Es

innegable que en no pocos casos la importancia adquirida por lo cultural huele a recambio puramente táctico: hacemos cultura mientras no podemos hacer política. Pero algo nuevo emerge sin embargo en el replotamiento de la problemática cultural, y que tiene que ver con la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, con la formación de nuevos objetos y formas de rebeldía, y con una reconceptualización de la cultura que legitima, tanto teórica como políticamente, la existencia de otra experiencia cultural; lo popular no sólo como objeto de estudio cultural sino como sujeto de producción de cultura. Más allá de las modas, de la recuperación por el mercado y de los oportunismos de toda laya, en el espacio de la cultura y de lo popular se halla hoy una de las vetas claves del desbloqueo de los proyectos de transformación social en América Latina.

Regresando, ahora sí, al campo de la investigación de comunicación encontramos que el interés por las culturas populares tiene que ver, en primer lugar, con la incapacidad del modelo dominante, esto es el construido desde el paradigma informacional, para dar cuenta de la comunicación en cuanto comportamiento colectivo y cotidiano. Si al modelo de los medios y los mensajes le faltó siempre un entramado coherente de conceptos lo capaz de deslindar con precisión el campo de problemas pertinentes, el deslinde operado por la teoría de la información deja demasiadas cosas fuera. Deja fuera el sentido social político de los procesos de comunicación al poner entre paréntesis, las condiciones de producción y reproducción social del sentido. Deja fuera las relaciones de fuerza y de poder que ahí actúan, y las luchas por la hegemonía en el terreno de los discursos que compiten por la "articulación" del sentido de una sociedad.

Pero en el campo de los estudios de comunicación lo popular no indica sólo lo que no cabe en el modelo dominante, también nos remite a un nuevo modo de pensar la investigación misma. Hasta hace pocos años la investigación crítica había sido incapaz de tematizar seriamente la contradicción que viene de la amalgama entre comunicacionismo y denuncia. De un lado, la comunicación era concebida como un en sí, comprensible desde sí misma (o determinada economicístamente desde un exterior con tal tufo platónico que resultaba siendo paradójicamente lo mismo). A esa comprensión se le añadía una componente de denuncia que, al no poder articularse a lo específico de la comunicación, pues ésta recortaba su pertinencia por aislamiento, terminaba colgada de lo genérico: la recuperación por el sistema, la manipulación, etc. La reubicación de los procesos de comunicación en el espacio de lo cultural hizo posible la ruptura con el inmanentismo comunicacional, permitiendo pensarla desde las mediaciones en que se constituyen los procesos de producción simbólica: instituciones, organizaciones, lenguajes, sujetos.

El redescubrimiento de lo popular señala ahí cómo lo político atraviesa la trama misma de lo cultural sacando a flote los conflictos que articula la cultura. Porque, a diferencia de la cultura culta y su tendencia a pensarse como la cultura, la popular no puede ser mencionada sin nombrar a la vez aquella que la niega y frente a la cual se afirma a través de una lucha desigual y con frecuencia ambigua. Por eso no sólo la cultura culta sino también la masiva - esa de la que estamos hablando cuando investigamos la comunicación - miradas desde la popular dejan al descubierto su carácter de culturas de clase. Pues la cultura popular no puede definirse en ningún sentido hoy, ni como aquella que producen, ni como la que consumen o de la que se alimentan las clases populares, por fuera de los procesos de dominación y las

contradicciones y los conflictos que esa dominación moviliza.

Una última razón, ha sido justamente en el terreno de las prácticas comunicativas donde la modernización, en cuanto proceso pretendidamente irreversible, ha revelado más claramente su falacia; Ahí está lo mismo bajo regímenes autoritarios que en los democráticos, esa pluralidad de prácticas de comunicación aún vigentes entre las clases populares, que constituyen la mayoría de la población, y cuyo sentido y eficacia apenas comenzamos a comprender y valorar. Se trata de prácticas tradicionales, unas y de otras que se apropian de lo moderno. Las hay que viven aún de la cultura oral y que van desde el valor social de la palabra empeñada hasta la fuerza comunicativa del rumor y el chisme, y la capacidad de resistencia irónica, de confrontación y burla de los chistes, y la fidelidad creativa de las diferentes modalidades de relato popular dicho o cantado. Emparentadas con éstas, pero en una mediación más ancha y compleja están esas otras modalidades claves de comunicación popular que son las fiestas, los motines, las huelgas y las asociaciones de todo tipo desde las religiosas hasta las deportivas o políticas.

¿DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO CUANDO HABLAMOS DE LO POPULAR?

La formulación de la pregunta es de García Canclini, a quien debemos la tematización explícita y más lúcida de los paradigmas con que en América Latina se piensa lo popular. Desde la derecha las concepciones claves son aún la biológico-telúrica

La del pueblo-raza y la identidad que viene de la tierra y la tradición sustancializadas, la del sentimiento nacional diluyendo las clases y los conflictos históricos y materializándose en esencias como la familia, la propiedad,

el ejército, la iglesia y la estatal-populista que deposita en el Estado tanto los valores como la razón de ser de la nación, ya que en él se funden los diversos intereses y de él emerge el orden que regula los conflictos.

En la izquierda lo popular es concebido desde un romanticismo aliado al voluntarismo revolucionario que ve en el pueblo el sujeto de toda acción verdaderamente histórica, fuente de la fuerza perdida y modelo de toda realización cultural; o desde un marxismo que apenas comienza a tomar en serio las propuestas gramscianas sobre la hegemonía y el sentido de subalternidad de las culturas populares; pero al que ya amenazan las tendencias a sustancializar la resistencia que viene de lo popular disolviendo la trama de los reconocimientos y las complicidades en la vieja dicotomía con la que tradicionalmente era pensada la dominación, sólo que ahora en sentido inverso.

Pero los paradigmas no lo dicen todo. También lo popular nombra, o se asocia a conflictos y luchas, hechos y pistas que apenas comienzan a adquirir relieve social y forma. Así, la nueva configuración de la problemática del consumo en cuanto apropiación desigual del capital cultural, y en cuanto espacio de producción cultural inserta en las prácticas cotidianas. O la de la cultura como instancia constitutiva, de los actores sociales y en la que lo popular nombra, frente a los sustancialismos racistas o estatelistas, el proceso y la diversidad de relaciones de que están hechos los sectores subalternos, y frente a los culturalismos las determinaciones de clase que lo vertebran.

En dos direcciones o pistas hoy lo popular designa una renovación profunda: en la reconceptualización de lo indígena y en la investigación de lo urbano. Respecto a lo indígena,

nos referimos a la ruptura con una concepción, aún predominante, que ve en esas culturas lo más propio la piedra de toque de la identidad y lo puro. Identidad y pureza que se conservan sólo a costa, en primer lugar, de colocar la verdad de lo indígena en un pasado crítico, fuera de la dominación y la historia, de tal manera que todo cuanto implique cambio, avance, automáticamente mancha, borra, y quita identidad. Y en segundo lugar, a costa de mirar lo indígena siempre como lo contrario de lo moderno, desarrollado, esto es como pre-realidad y nunca como algo con existencia propia.

Corno insiste Mirko Lauer, en la reconceptualización de lo indígena es tan importante aprehender su carácter de culturas dominadas como el de poseedoras de una existencia positiva a desarrollar. Se desconoce lo primero cuando se remite su autenticidad cultural a un tiempo mítico o se coloca su identidad en una continuidad histórica inmutable, lo que hace imposible pensar en los cambios sufridos por esa identidad y, más aún, la contradictoria realidad del hoy; éste es el modo en que las culturas indígenas sobreviven no contra sino como parte de la lógica capitalista, integradas a su estructura productiva. Pero desconocer lo segundo sería justamente hacerle el juego a esa lógica, caer en la trampa de atribuirle la capacidad de agotar la realidad de lo actual, que es lo que hacemos cuando le negamos a lo indígena la dimensión de su afirmación étnica, su capacidad de producir y desarrollarse como cultura, capacidad que no puede ser reconocida en la reducción así sea en "última instancia" de lo cultural a lo económico o en su politización inmediatista.

Lo popular-urbano apenas comienza a pensarse. Tan tenaz es el mito, que decir popular "evoca" casi siempre lo rural, campesino, y con ello dos rasgos: natural y simple. Que sería

exactamente la perdido por la ciudad. Luego lo popular es contrario a lo urbano, que es lo artificial y complejo. Hemos necesitado todo el coraje y la ironía de Carlos Monsiváis para hacernos visible la presencia y los modos de lo popular en el tejido de lo urbano. Una trama a la que no hay acceso más que desde la historia. Esa historia, que en el caso de México arranca de los años veinte-treinta, en los que la cultura popular urbana está hecha de Revolución, y teatro, albur, canción y muralismo que tornando "legendarias" a las masas las trasmutan a la vez en pueblo y convierten sus rasgos en arquetipos.

De los treinta a los cincuenta lo apuntado por Monsiváis sobre los populismos culturales y el papel identificador jugado por el cine en el que el pueblo-público descubre ante todo la posibilidad de experimentar con su vida cotidiana y el papel mediador de la radio entre campo y ciudad a la hora de las grandes migraciones, entre tradición oral y complejidad-novedad urbana, puede ser aplicado a la mayoría de los países latinoamericanos.

De los años sesenta para acá lo importante está en ver en lo urbano-popular no sólo la homogenización de los consumos o la transnacionalización de los patrones culturales efectuada por la televisión sino los modos en que las masas populares reciclan su incierta relación con el Estado, su distancia al desarrollo tecnológico, la persistencia de elementos que vienen de las culturas campesinas y del mantenimiento del aparato popular de transmisión del saber, la refuncionalización del machismo, la melodramatización de la vida y los usos de la religión. Porque "las clases subalternas dice Monsiváis asumen una industria vulgar y la transforman en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa".

3. ¿Desde dónde pensar la relación comunicación-cultura popular?

La cuestión puede situarse, y se sitúa de hecho, en planos tan diferentes y dispares, que cualquier intento de respuesta sería incapaz de tematizarlos todos. Eso sin tener en cuenta aquella posición que juzga sencillamente aberrante la relación, pues no habría marco conceptual capaz de abarcar el contenido actual de ambos términos. Sin embargo la relación se abre camino estallando dualismos a derecha e izquierda. Primero el que sobrevive tenazmente apoyado en oponer lo culto a lo popular (o a lo masivo) por dos caminos: negándole a lo popular la posibilidad misma de ser un espacio de producción de cultura y esto lo hace no sólo la aristocracia de derechas sino las izquierdas que tomando al pie de la letra aquella afirmación de Marx según la cual las ideas dominantes son las de la clase dominante, concluyen que por lo tanto las clases populares no piensan o concibiendo lo subalterno en oposición intrínseco-metafísica a lo hegemónico. Segundo aquel otro dualismo que consiste en que para rescatar lo popular haya que ni al decir lo masivo, o viceversa, para enjuiciar lo masivo se necesita mitificar lo popular convirtiéndolo en el lugar en sí, de la horizontalidad y la reciprocidad, de la participación y el diálogo. Con lo que la hegemonía, reconocida formalmente es negada en la práctica analítica y política, al desconocer los "mestizajes", las complicidades y contradicciones de que está hecho lo popular, y que es precisamente por donde conecta con lo masivo.

Pero esa "conexión" que constituye el hueso duro la relación entre comunicación y culturas populares exige no sólo superar los dualismos sino dotarnos de un conceptos de

cultura, que haga posible pensar la mediación histórica y no únicamente la formal, que sólo puede aportarnos una historia de los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales. Único modo no culturalista de inscribir lo popular en el análisis cultural.

Apenas se comienza a escribir esa historia Le Goff, E.P. Thompson, Ginzburg, Muchembled, y en América Latina, José Luis Romero, Carlos Monsiváis, Fals Borda que nos saca del progresismo ilustrado y el pesimismo cultural de los de Francfort, y nos descubre lo masivo gestándose contradictoriamente desde lo popular. Así empezamos a entender que más importante que seguir lamentándose, al menos en América Latina, por lo que la cultura masiva efectúa de degradación sobre la cultura culta, es plantearnos lo que la masiva ha hecho y hace con las culturas populares. Que es la sola pista para poder entender los modos como lo popular recicla lo masivo: desde los usos obreros en el siglo XIX del folletín y la caricatura hasta los usos actuales del afiche o la radio. Con lo que desembocamos en el otro ámbito fundamental de mediación, que es el de la comunicación popular.

Para enfrentar la confusión política y conceptual que "cubren" las palabras alternativa, participativa, comunitaria, etc., y ese dualismo consistente en oponer la comunicación popular, en cuanto no mediada, esto es directa y por tanto verdadera, a la masiva en cuanto mediada y por lo tanto falsa, no nos queda otro camino que hacer explícitos los referentes y los contextos de la comunicación popular. Nos "referimos" a la historia de los modos de comunicación que, como expresiones de unas identidades culturales de base, han sufrido un permanente proceso de represión-

desvalorización-exclusión, esos procesos a los que se refería Martí cuando escribía sobre el "indio mudo" o Paulo Freire sobre la "cultura del silencio". Y al sistema de comunicación actual en su inserción en un modo de producción que excluye a las mayorías de la toma de decisiones, lo cual implica un permanente secuestro de la palabra colectiva a la que se le impide hablar de lo que interesa, y se le obliga a hablar "con la voz de su amo". Pero los modos populares de comunicación remiten también a las contradicciones de ese sistema que, por más transnacional que sea hoy, lo rasgan y horadan tanto en la producción como en el consumo, introduciendo una permanente y múltiple fractura entre discurso y sentido, entre imaginario y experiencia, impidiendo así la homogenización absoluta del habla social.

Por último, remiten a la persistencia de unos modos de comunicación otra en los que, por una parte, se hace visible la no desactivación a ciertos niveles de la memoria colectiva, esto es la conflictiva existencia en nuestra sociedad de culturas dominadas, pero operantes en sus mitologías y simbologías de las luchas y sus rituales de resistencia; y por otra, a la no simetría entre los códigos del emisor y el receptor tornando sin cesar vulnerable la hegemonía.

En esa concepción de la comunicación popular reencontramos la articulación de las prácticas de comunicación con los movimientos sociales. Pocos espacios tan precisos para observar el desafío que viene "de abajo" como el de la comunicación popular haciéndonos patente la inadecuación que parece una concepción estrecha y unidimensional de lo político para asumir la complejidad de lo cultural, esto es la envergadura política de la producción y reproducción de lo simbólico. Y ayudándonos a distinguir la dimensión, la trama

política de la comunicación de las políticas de los Estados o los partidos, confusión que nos llevó durante largo tiempo a desconocer el sentido y el "lugar" de lo popular no en contraposición a sino en relación con los procesos-macro de lo social y con los de transnacionalización económica y cultural. Pero lo que ahí está en juego no es la política de comunicación sino la política cultural y la cultura política de nuestros países. En los términos que plantean los últimos trabajos de Oscar Landi: al diseñar una concepción de lo político en la que las clases, las instituciones y los partidos dejan de ser pensados como entes dotados de atributos esenciales para pasar a ser espacios de constitución permanente de los sujetos políticos y las identidades sociales. Y donde lo cultural no se limita a reflejar lo que pasa en otra parte ya que se define por su capacidad de convertirse en la intersección del orden simbólico, los individuos y las clases sociales.

Esta introducción no pretende resumir o sintetizar las ponencias presentadas, sino ofrecer una lectura transversal del debate destacando las que a mi juicio fueron sus líneas de fuerza. De hecho las ponencias no se ciñeron, en ningún caso, a la respuesta particularizada de una de las preguntas, y casi todas combinaron elementos pertinentes a las tres. De ahí que al agruparlas para armar este libro optemos por reunir las siguiendo, más bien, un criterio metodológico: Propuestas generales, Dimensiones específicas, Experiencias e Investigaciones.

Claro que más de una ponencia podría estar en dos sitios, puesto que tanto en las que relatan experiencias como en las que dan cuenta de investigaciones hay a veces reflexiones de tipo general o que atañen a lo que llamamos dimensiones específicas. Pero la agrupación en los ítems

indicados, arbitraria sin duda, pretende únicamente ayudar al lector y no caracterizar todos y cada uno de los textos.

En las Propuestas generales se recogen los textos que trazan lo que podemos llamar marco conceptual o teoría-macro, para pensar las relaciones entre comunicación y culturas populares. Pero ello es realizado desde ángulos y modos muy diversos, como el epistemológico, el histórico o análisis de las etapas, el sociológico, el "enciclopédico" y hasta el irónico.

En Dimensiones específicas agrupamos trabajos que tematizan zonas particulares de la relación: lo popular-urbano, tónica y recepción, literatura-radio, el lugar del intelectual en la cuestión o las micro-historias como trama cultural y política.

En Experiencias se agrupan los textos que dan cuenta de prácticas de comunicación en las que trabaja la memoria popular o las organizaciones que se dan los movimientos populares o los modos de expresión en el uso de medios.

Por último, en Investigaciones agrupamos las ponencias que relatan procesos o resultados de investigaciones en las que se estudian las formas de presencia-ausencia de lo popular en la televisión o la radio o en sus usos o se hace historia del barrio como lugar en el que cuaja una etapa y visión clave de lo popular.

Jesús Martín Barbero.

Comunicación y Culturas

Populares en Latinoamérica

LA CULTURA POPULAR EN AMÉRICA LATINA

HACIA UNA CLARIFICACIÓN CONCEPTUAL DE CULTURA

CULTURA, es una palabra que ha sufrido varios cambios a lo largo de la historia y es muy difícil definirla con exactitud. En la actualidad para hablar de "cultura popular", es necesario realizar un recorrido para ver su evolución y peripecias, de esta manera entenderemos que no ha sido una cosa fácil proponer y efectuar proyectos de cultura popular.

Una definición de cultura que parecía la única y además verdadera, es la que fue elaborada en el liberalismo europeo. Se identificó cultura con la posesión de bienes culturales y de un gusto estético especial demostrado en los vestidos, en los salones de baile lujosos, en el acceso a un determinado tipo y género literario. En esa época se definía como hombre culto, al que poseía estos bienes y se despreciaba, como elementos ridículos, a los provenientes de los sectores populares.

El modelo de la cultura europea se implantó en América por medio de los viajeros europeos y de los americanos que viajaban a Europa. La pre-burguesía y los criollos que ejercían cargos de poder en las colonias americanas y luego en los primeros años de vida republicana, vieron en Europa el parámetro y el lugar de realización de toda cultura. Europa, necesitaba nuevos mercados para acrecentar la relación mercantilista y no había otros mejores que los de las colonias, principalmente en los territorios al norte de Africa y de América. Esta asimilación de costumbres y modas, repercutieron en la descalificación continua a las manifestaciones de la cultura popular, desarrollándose un complejo proceso de aculturación. Las escuelas se dividieron de acuerdo a las clases sociales: para los estudiantes de las clases dirigentes y de la nobleza española y criolla se

impartía una formación intelectual acorde con la razón y el buen gusto y, para los sectores populares, se daba una formación manual, artesanal, denominada de "artes y oficios", como zapatería, carpintería, herrería, etc., es decir se especializaba la mano de obra para que respondiera a las necesidades de la organización económica y política de la época.

Hasta hace pocas décadas la cultura de América no tenía ninguna validez para Europa; aún a inicios de este siglo XX "París dictaba la moda" y nuestros intelectuales y políticos soñaban con viajar a Francia, Inglaterra, Alemania, para asimilar otros valores culturales y transmitirlos aquí. En el siglo XVIII en Europa se dan varias manifestaciones de ruptura del modelo cultural, a través de los aportes estéticos literarios de Goethe, y Víctor Hugo entre otros. El cambio que propone Víctor Hugo en el "Prólogo a Oliverio Cronwell", hace referencia a que el único modelo estético no es el culto, y plantea que en una relación dialéctica pueden surgir modelos estéticos considerados bellos, también desde lo grotesco, lo mundano y lo miserable. Esta propuesta, si bien no implica una valoración de la cultura, indica un debilitamiento de esta concepción de cultura.

Por cultura se han entendido también las manifestaciones del folclore de un pueblo, las canciones, los vestidos y las formas de construcción de la vivienda. Esta concepción, valoraba parcialmente la cultura de un pueblo, porque más importancia tenía el objeto y manifestación folclórica, que las personas o el pueblo que poseía este folclore. La cultura en otra época se entendió como el conjunto de tradiciones, canciones o poesías que ya no se cantaban y recitaban, pero que eran recuerdos almacenados en el baúl del pasado.

Toda cultura tiene relación a un grupo humano, un espacio geográfico, un camino histórico; no podemos hablar de culturas que existan en el aire; por esta razón, la cultura, como se la entiende en la actualidad abarca desde los elementos culturales artesanales o utensilios de manejo diario, hasta las formas estéticas en la escultura, expresión dancística, avanzando hasta la organización del lenguaje y relaciones sociales. En toda cultura los hombres se manifiestan en la realidad por varios medios: por el lenguaje, por sus costumbres, organización y por un sinnúmero de símbolos; todo esto lo podemos denominar "universo simbólico" y cada cultura tiene su propio universo simbólico en el cual se entienden todas sus manifestaciones.

Las manifestaciones de cualquier cultura nunca logran sentido como "culturas aisladas" o conservadas en "pureza"; precisamente la ubicación espacio-temporal les integra a los procesos históricos.

El "universo simbólico" que reúne todos los símbolos que las culturas han integrado a su vida cotidiana, no simplemente intentan significar sino también designar y normar las pautas de comportamiento y roles sociales; de ahí que un estudio profundo y serio de la cultura popular debe comprender el conjunto de signos y símbolos en su totalidad, superando el reduccionismo lingüístico. Además los símbolos que han servido para la dominación deben ser criticados al interior de una reinversión axiológica.

La separación entre el mundo cultural, como construido por el hombre, y el natural, como el de la naturaleza (salvaje y bárbaro), se extendió como un modo de calificación para distinguir a los habitantes de la ciudad como gente culta y civilizada y a los del campo, en su mayoría

(indígenas) explotados, como "naturales". No es extraño encontrar en varios documentos históricos la venta de territorios incluidos los animales y los indios.

Dentro de esta relación binaria de naturaleza y mundo cultural construido por el hombre, se han erigido formas de descalificación a otros pueblos. Así filósofos ilustrados, positivistas, han hablado de América como de pura geografía, del Continente sin contenido; Africa y regiones de Asia no habían logrado la "madurez cultural" y no podían ingresar a la historiografía mundial.

La naturaleza, por la acción del hombre, va "racionalizándose" y el hombre le va impregnando su razón y praxis; así los productos culturales del hombre serían cualitativamente superiores a los del "mundo natural".

Goethe denominaba complementación, a la relación del hombre y la naturaleza, Hegel, humanización y Marx, transformación. Así, toda la cultura está unida a un contexto geográfico, pero no se acepta en la actualidad la completa determinación del ambiente en el desarrollo de una cultura; no se niega su condicionamiento. Al respecto dice Boas: "El ambiente actúa siempre sobre una cultura preexistente, no sobre una hipótesis o grupo privado de cultura"

La cultura no es la producción epi-o-supra-fenoménica, abstraída del vivir y del sentir de una época. Algunos autores afirman que cultura sería la elevación del sentido común de la época plasmado en la música, en la arquitectura, vestido, comida, etc. De esta afirmación no podemos extrapolar o creer que el fundamento de una cultura se encuentra en elementos bio-psíquicos o hiper-biológicos que sustentarían el sentido común de una época y Lowie como

Kröeber afirman que el fenómeno cultural es un hecho humano, no dependiente de mecanismos biológicos.

Así, una obra de arte en su significación desborda los límites de cualquier influjo psíquico y cobra sentido en el contexto social; no son únicamente las facultades del artista, hay otro espacio más de valoración. Por escapar de este reduccionismo biologicista tampoco se puede caer, en un reduccionismo sociologista, en que la condición sine-qua-non para que exista cultura sería el grupo social; en esta relación de sociedad y cultura existe con más exactitud, una función comunicativa, la cultura haría "inteligible" la relación humana social. La cultura englobaría lo social y todos los elementos que configuran un sistema de vida; su característica fundamental sería la totalidad abarcante del conjunto de las manifestaciones de la época.

Desde los aportes de la Antropología Cultural (relativismo cultural) el concepto de cultura se ha ampliado más y en esta perspectiva se definiría como el conjunto de actividades y productos materiales y espirituales que distinguen a una sociedad determinada de otra. Cada cultura respondería a una dinámica social específica de acuerdo a sus necesidades colectivas. Los antropólogos desde fines del Siglo XIX, alejados del etnocentrismo, encuentran que no hay pueblos civilizados y bárbaros y que cada cultura es diferente. Esta concepción se clarifica más, cuando se supera el relativismo cultural y se buscan niveles de influencia, relación entre las diversas culturas y se habla de aculturación, inculturación y transculturación.

Amadou Mahtar M'Bow, Director de la UNESCO, define cultura: como "aquello que una comunidad ha creado y lo que ha llegado a ser gracias a esa creación; lo que ha producido

en todos los dominios donde ejerce su creatividad y el conjunto de los rasgos espirituales y materiales que, a lo largo de ese proceso, han llegado a modelar su identidad y a distinguirla de otras".

N. García Canclini, habla de cultura como: "El conjunto de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social".

Desde la definición de cultura de Taylor, de Malinowski, de Leslie White, hasta la de Czarnowski (cultura como la totalidad de elementos objetivos del patrimonio social) se ha llegado a entender a la cultura como totalidad. Pero esta visión quizá originada en la antropología cultural puede ser reduccionista frente al contexto en el que cada cultura se desarrolla; al hablar de totalidad habría que puntualizar respecto a qué entendemos como tal, si es el nivel social que incluye la producción de bienes materiales y las relaciones humanas o se concretiza en otro ámbito.

En el pensamiento marxista aún no se ha logrado una definición precisa de cultura, pero los aportes son valiosos desde Lenin, Lunacharsky Mao y Gramsci, quienes relacionan la cultura y sus productos con la formación económico-social. Los productos culturales no escapan a las relaciones sociales de producción.

La cultura no puede ser reducida a los "bienes culturales"; debe comprender también el lenguaje, los sistemas valorativos y sistemas de percepción, cosmovisión, redes y modos organizativos para la circulación de mensajes, pautas de comportamiento frente a lo fenoménico natural y religioso, situación social en la relación objetual, relación

jurídico-política, ubicación espacial y manejo de la temporalidad.

Al hablar de la caracterización de la cultura como opciones específicas, como popular, alternativo y otros predicados fundamentales, conviene puntualizar la óptica y el proyecto político en el que se juegan y cobran sentido. Las predicaciones de "cultura" no son simplemente otros espacios, constituyen diversos manejos del poder de decisión, que en definitiva es poder político para el control cultural, que en todas las sociedades humanas jerarquizan los valores y productos realizados por el ser humano con base en el manejo de la hegemonía y participación.

La clasificación y transnacionalización del capital, el crecimiento de las empresas expansionistas, la ideología de los ejes de control geopolítico, la "sociedad de sustitución industrial", la sofisticación de los sistemas de manipulación de la información, constituyen otras variables para el tratamiento de la cultura. Mientras más compleja es la red de relaciones, de dominio y reclamo de los sectores dominados, más difícil es entender como cultura la simple oposición a la naturaleza o la posesión de valores y bienes provenientes de las bellas artes.

Si por un lado se desea superar la equivocidad, la ambigüedad en el terreno de la cultura, el espectro se amplía más y se hace necesario un nuevo "olfato investigativo" y otro "tacto metodológico", que articule este problema cultural al interior de la dinámica histórica de nuestros pueblos y que la lucha por el factor cultural no sea "hacia" o "desde" las estructuras socioeconómicas y políticas, sino "en", al interior de los procesos. También la praxis liberadora es factor de cultura.

EL PROBLEMA DE LA DIVERSIDAD CULTURAL

Dentro de una aproximación conceptual de cultura juegan roles claves algunos conceptos como: "totalidad", "proceso histórico", "praxis socio-política", "diversidad", "respeto crítico a lo ajeno". El tema de la "diversidad" que se propone en este breve estudio sirve para abrir la discusión y una mejor comprensión-interpretación de los procesos culturales.

Si hoy se proclama con seguridad que cada cultura es diversa de otra o que existen niveles de relación entre ellas, se está superando toda una época histórica, en la cual por influencia del biologismo social existía un proceso evolutivo que debían seguir los pueblos, acorde a un parámetro que alcanzar. La "cultura modelo" había logrado llegar al nivel más alto de evolución y racionalidad; ésta era la meta del recorrido de las otras culturas, generalmente consideradas desde la cuasi-identificación con la naturaleza, hasta desarrollos percibidos como "menores". El método para estudiar una cultura, los lenguajes, las costumbres, etc. era por semejanza. Es así como desde la lingüística de fines del siglo XIX e inicios del XX, se estudian "otros lenguajes" por semejanza a las lenguas consideradas cultas (países con mayor desarrollo y expansión material).

La cultura vivida es historia y comunicación e incluye el respeto por lo diverso, la legitimación de la diversidad, lógicamente no desarticulada de una nación (población con historia y un espacio geográfico limitado). Así, la "diversidad" puede llevar a acentuar el relativismo cultural y a postular una anarquía en caminos colectivos de integración y liberación. Pero diversidad implica, integración hacia lo interno y externo de cada cultura. En el ámbito de la cultura popular lo diverso nos remite

necesariamente a procesos endógenos creativos en los cuales los grupos humanos se integran dentro de una experiencia vital e histórica. La lucha por la comunicación alternativa, y la educación popular, va unida a la lucha por la diversidad y su respeto; a reflexionar y enderezar nuestros procesos que no son simétricos respecto de otros. La comunicación y cultura de masas, para el control social, rompen la particularidad de lo diverso, abstrayéndola al plano de la masificación, entendida como universalidad. La masificación parte de un modelo de desarrollo y de cultura para transpolar su sentido y subsumir a todos los pueblos indistintamente dentro de ella; incluso muchos foros que engloban a naciones, desconocen y absorben las diversidades étnicas, culturales, históricas. ¿Podemos cuestionar los manejos del poder de decisión en organismos internacionales? ¿Países no alineados? ¿Pueblos de uno u otro continente?

Las decisiones que emanan de estos foros, ¿hasta qué punto imponen parámetros culturales, modelos de desarrollo? No se desconoce la imposibilidad de tomar acuerdos en asuntos vitales por la misma naturaleza de estos organismos, pero la diversidad es entendida como respeto crítico a lo "otro" o ¿existen sistemas de elusión de algunos pueblos, los mismos que no tienen derecho a reclamar porque han aceptado las reglas del juego sin ningún poder para el diálogo?

La diversidad y la integración son derechos ineludibles en el concierto nacional e internacional: además son estímulos para las reivindicaciones políticas. Desde esta relación de lo diverso y lo comunitario, se deja entrever la controversia dentro de las naciones multiétnicas, plurilingüísticas, plurinacionales. La lógica del desarrollo del capital es la de la expansión vía formal deductiva, que se extiende desde los parámetros que se proponen a nivel

universal a todos los lugares entendidos como espacios particulares.

La ruptura de la unidad de cada cultura por factores exógenos o al interior de las mismas por aculturación e inculturación, repercute en los lazos internos, familiares, sociales, interculturales; de igual manera en las manifestaciones estéticas, incluso en los códigos lingüísticos y unidades de significación. Estos elementos particulares son frecuentemente absorbidos por la cultura de masas y se elevan al plano de la abstracción, universalidad; así se habla de lazos comunes entre las culturas, cultura de la humanidad, valores nacionales, nuestra familia "humana", "identidad nacional", valores éticos eternos.

La diversidad y respeto crítico no es el asombro por lo extraño como lo totalmente ajeno, o aquello que es difuso y debe llegar a la claridad.

VALORACIÓN Y DESCALIFICACIÓN DE OTRAS CULTURAS

Desde la vida cotidiana propia se puede juzgar también la vida cotidiana ajena. Se puede juzgar calificando o descalificando el espacio y la vida de los otros. Así como nosotros percibimos la cotidianidad que nos rodea, así también al interior de cada cultura existen códigos de valoración.

Se puede desconocer descalificar a los otros desde nuestros parámetros, con base en el criterio de clases sociales, por las formas de trabajo, por los espacios comunes o antagónicos de encuentro.

Se descalifica la vida cotidiana ajena, ridiculizando las prácticas laborales, alimenticias, formas de organización y

esta actitud etnocéntrica, paradójicamente, en vez de fortalecer a la cultura considerada "superior" la empobrece y relega su existencia a la facticidad inmanentista aislada. Al convertirse una cultura en "modelo" de otras, o al proponer su vida cotidiana como la verdadera, ésta se empobrece y se obscurece.

La antropología cultural y los aportes de Lévi-Straüss han colaborado para romper la valoración de otras culturas basadas en el dominio económico, político, cultural. En el estudio de las culturas denominadas "primitivas", se demuestra la complejidad en las relaciones de parentesco, en el manejo de su hábitat, entorno físico, objetual, etc. Sin embargo, la óptica epistemológica desde la cual Lévi-Straüss trata el problema cultural, no le permite reconocer la interrelación de los conflictos entre las culturas no actúa el sujeto histórico sino la estructura.

Las diferencias entre las culturas serían producto del azar, con la trivialidad de quien dispersa dados en la mesa de juego, anula cualquier factor exógeno, que de hecho es determinante, como el económico, político, ecológico.

Así L. Straüss se acerca al culturalismo y funcionalismo por la omnideterminación dinámica de la estructura en una realidad. Afirma fortalecer la teoría del relativismo cultural a pesar de que ubica a la cultura primitiva como parámetro de interpretación de otras culturas y al modelo que funciona en esa "estructura" como una simple variante en las culturas posteriores. A nivel epistemológico postula a priori la construcción de un conocimiento de validez universal para resolver los conflictos y desigualdades interculturales y hace "abstracción" del sentido de la historia, de la conciencia histórica de las mismas culturas, de modo que cada

cultura se asemeja a los mónadas de Leibniz, se autoabastece por sí misma, desde la producción de sus bienes materiales hasta los más altos valores estéticos; esto en la actualidad es inaceptable. La misma producción simbólica por la interrelación cultural es Un argumento en contra de Lévi-Straüss.

Su aporte valioso está en que rompe la visión occidental en la valorización de las culturas; en *Pensamiento Salvaje*, expone la complejidad organizacional, la lógica de las culturas primitivas y demuestra que las culturas no occidentales alcanzaron un saber superior al europeo en muchas disciplinas rigurosas del conocimiento. Ejemplo: la clasificación de los Hanunoo, los Pinatubo.

Al tratar las culturas "arcaicas", justifica su carácter lógico y de estructuración. Demuele quizá superando la pretensión occidental de que la cultura europea es la culminación de la historia (sentido Hegeliano).

En Néstor García Canclini el concepto antropológico de cultura es el resultado paradójico de la expansión cultural de occidente; al descentrarse el concepto de cultura del parámetro europeo se avanzó en la comprensión de otras formas de racionalidad y de vida. Coincide García Canclini con Lévi-Straüss en que las culturas no occidentales han resuelto de mejor manera problemas de organización social, familiar y política. La descalificación a priori de los "primitivos" se mostró inconsistente. Lévi-Straüss en una investigación para la UNESCO (*Race et historie*, ed. Gouthier, UNESCO, 1961), sobre el racismo, presenta el ejemplo de América para refutar la concepción "evolucionista" de la historia humana como un solo movimiento lineal y progresivo, en que los otros pueblos y sus estados da desarrollo son momentos previos de la cúspide de la cultura europea.

Las culturas pre-hispánicas desarrolladas en América dieron aportes valiosos al Viejo Mundo. Bastarían algunos ejemplos para reforzar esta propuesta: las culturas de Yucatán, de Tiahuanaco, del Cuzco, Titicaca y otras, que realizaron una contribución inmensa con el valor negativo de una cantidad, el principio de posición que facilita los cálculos matemáticos, el cero descubierto 500 años antes de los sabios hindúes, el calendario azteca. En los idiomas el filólogo Paul Rivet señala 123 familias, algunas abarcan docenas, así: la familia auto-azteca o shone-azteca abarca 125 grupos de dialectos; la familia chibcha 16 tipos; la maya o maya-quiché, la arahuaca, la caribe, la tupi-guaraní, etc. Los hanunóo tuvieron más de 150 términos para describir las partes constitutivas y las propiedades de los vegetales. Los pinatubo, clasificaron más de 600 plantas, con nombres y su utilización en diversos campos.

La domesticación de plantas y animales fue otra contribución de las civilizaciones de América; ejemplo: cacao, maíz, batata (camote), mandioca, palta, tabaco, jitomate, sisay, magüey, yerba mate, quinua, coca, vainilla, palo brasil, palisandro, frijoles, calabazas, ajíes, palmeras, pinos, algodóneros, etc., etc. Contribuciones arquitectónicas, pirámides del Sol y de la Luna en Teotihuacán (de mayor volumen que las de Egipto), etc.

Sin embargo la descalificación logra instituirse dentro de códigos jurídicos que justifican todo un sistema de coloniaje. No es extraño, que la constitución política (1830, Primera Constituyente), califique a los indios del Ecuador como de una raza abyecta y miserable. Se descalifica su cultura sobre la base de algunas manifestaciones consideradas "sub-humanas"; se extiende esta visión, no sólo a la clase

indígena, sino a otros sectores explotados, como negros, cholos, migrantes, analfabetos, sub-empleados, etc.

EXPERIENCIA SOCIAL Y RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA HISTÓRICA

En todos los proyectos y propuestas sobre Educación, Comunicación y Cultura se desea articular la memoria histórica a toda la experiencia social; es decir no vislumbrar procesos de cambio sin asumir las experiencias anteriores, que puedan ser condicionantes o determinantes de las venideras. La "Memoria Histórica" es la fuerza cultural de cada pueblo, comunidad, organización. Es re-descubrir el pasado, afianzar el presente y futuro; rescatar lo que fue desde el presente y clarificar desde la memoria histórica la utopía a construirse (fondo histórico común. CFR. Foncault).

Al asumir este elemento básico, todos los miembros de la comunidad son responsables del devenir histórico; así el proceso de recuperación e identificación logra un gran valor pedagógico al interior de sus miembros. En la memoria histórica radicalmente social y colectiva todos los elementos están incorporados a los códigos de la comunidad, desde las formas estéticas a las complejidades lingüísticas.

Estos códigos sociales (que logran significado al interior del universo discursivo y simbólico) son los dispositivos de control, de crítica hacia lo endógeno y exógeno. Por la influencia de los mass media y la cultura hegemónica o de elite, es muy difícil en algunas comunidades separar con claridad los propios elementos de la memoria histórica y los inducidos desde fuera o también algunos asimilados, apropiados. La única respuesta se encuentra en la propia experiencia de los integrantes de la comunidad, quienes son los conocedores de las claves de este "alfabeto histórico".

Los intentos por recuperar este legado, esta fuerza para toda utopía y corrección del presente, no se encuentra únicamente en la denominada "tradición oral" sino en el esparcimiento, distribución de actividades según la organización social, en los modos de relación social, intercultural, construcción de la vivienda, elaboración de alimentos, prácticas y medios para el cultivo de la tierra, relación con el medio ambiente, ciclos cotidianos y alternativos, formas de transmisión de la memoria cultural, confección del vestido, destrezas en la cacería, pesca, etc.

La identificación de memoria histórica con tradición oral puede llevar a divisiones reduccionistas. La memoria histórica no es un espacio restringido de la vida de la comunidad o de un pueblo; las prácticas productivas y sociales tienen relación con las prácticas lúdicas, festivas, rituales, formulaciones teóricas, etc.

La memoria histórica está articulada profundamente sin identificarse, por supuesto, con los elementos que conforman la "cultura popular"; es decir que el estudio, la investigación, el auto-re-conocimiento de cada cultura nunca parten de cero, sino que constituyen una acción de reflexión globalizadora de los elementos ya existentes.

La eficacia de los medios masivos parte de una comprensión de la memoria histórica los sectores populares y uno de los elementos que estudian y utilizan es el lenguaje, basta ver la "sintonía" que provocan en los receptores al utilizar el lenguaje popular incorporado a las telenovelas o anuncios publicitarios. A la vez que asumen el "argot" lo hacen para calificar o descalificar a esta memoria histórica. El lenguaje de los grupos populares al entrar al nivel de la

circulación masiva, pierde semánticamente todo su valor y función social incluso a nivel sintáctico, la gramática llega a convertirse en un receptáculo de elementos híbridos. El mismo "argot", el "folclor", ubicados en otros campos sintácticos, pierden toda la capacidad expresiva, evocativa, emotiva; se rompen los factores constituyentes del lenguaje como fluidez verbal, imaginación y creatividad en el relato, entonaciones.

¿Se pueden cuestionar ciertas propagandas que retoman valores de la memoria histórica para socializar campañas masivas?. El asumir estos elementos ¿constituye una promoción de los valores culturales o una difusión folclorizante?. Este peligro de falacia se evidencia en la absorción de la pobreza urbana y marginalidad campesina en las telenovelas, se sumen en "su realidad" para desconocer su valor de denuncia en la superación fácil de la situación en desenlaces felices de los protagonistas, en uniones afectivas desde la compasión y el destino. Así se reformulan la pobreza y miseria, realidades que una memoria histórica, en cambio tiene presente como móvil de cualquier transformación.

Valiosos intentos de reelaboración de la tradición oral han servido para connotar lo popular por desgracia como lo "exótico", lo "ingenuo", lo "bondadoso". Se contemplan estos valores como fuente del buen humor casi infantil. En los mitos, leyendas, tradiciones, cuentos se encuentran motivos de risa desde la indigencia ajena. Los medios asumen estos elementos para bendecir la idiotez.

Es importante replantear el problema de la memoria histórica y de la experiencia en comunicación, educación y cultura; a la vez replantear una epistemología que responda a la vivencia que responda a la vivencia de la memoria

histórica, no tratada desde un empirismo y realismo ingenuo o que responda a la producción económica de autoabastecimiento, sino que de cuenta de la complejidad vivencial histórica.

Al apropiarse el pueblo de su "historia", logrará mayor identidad, personalidad y así todo relativismo y etnocentrismo cultural desaparecerán o al menos se debilitarán las culturas hegemónicas. Cada pueblo, cultura, nacionalidad tiene derecho a construir su proceso histórico.

VIDA COTIDIANA Y CULTURA

El tema de la vida cotidiana actualmente se considera necesario no únicamente la cultura, sino los modos, relaciones y procesos sociales.

Han sido aportes valiosos los realizados por Henri Lefebvre, Agnes Heller, Gramsci, Luckács, Kosik K, y muchos autores más que desde Latinoamérica reflexionan sobre esta temática. Anteriormente el análisis de la cultura se relegaban a los macro niveles y macroespacios, los mismos que se juegan en las rutinas, reiteraciones y constantes perceptuales. Se creía también que, provocando el cambio en la base económica, se lograría el cambio en la vida cotidiana, en la conciencia individual y social.

La vida cotidiana no implica las relaciones inmediatas en la absolutez, ni es el grado cero de interrelación social. Luckács define a la vida cotidiana de la siguiente manera (Die-Seelen und die formen): "La vida cotidiana es una anarquía de claroscuro; nada se realiza allí enteramente, nada le ocurre a su esencia... todo confluye lo uno en lo otro sin barreras en una confusión impura... El hombre de la vida empírica no sabe nunca dónde terminan sus ríos, pues

allá donde nada está realizado, todo sigue siendo posible..."

La continuidad de los sistemas sociales se funda en la continuidad de la vida cotidiana de los distintos sectores sociales. Existen ciertas constantes conductuales y perceptuales en las cuales se apoyan los que están dedicados a reafirmar y reorientar la vida cotidiana. Los medios de comunicación social, centran su eficacia en aprovechar, "captar y entender" las constantes perceptuales en las relaciones sociales. Constantes que según Lefebvre cada vez se vuelven menos legibles en su entorno. A esta relación epidérmica con el propio entorno y con uno mismo, Gibson denomina costumbre perceptual.

Peter Berger y Thomas Luckmann exponen los fundamentos del conocimiento en la vida cotidiana. La vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tienen el significado subjetivo de un mundo coherente. La conciencia individual y social es siempre intencional, apunta o se dirige a los objetos, así la conciencia es capaz de moverse en diferentes esferas de la realidad. La aprehensión de la vida cotidiana se da como algo normal, natural, y ordenado. Se presenta objetivada "aquí y ahora" como lo "realissimun" de conciencia. La vida cotidiana no es el mundo de la individualidad abstracta, es intersubjetiva, compartida con otros y se juega en las rutinas. En este "micro-espacio" se re-orientan los caminos de la vida y los elementos exógenos que devienen fuera de la rutina, rompen esta "normalidad" y se presentan como problemáticos. Los factores que ingresan a la rutina, reformulan, reorientan o son subsumidos; pero en la organización de la vida cotidiana hay espacios en los cuales ingresan elementos extraños para desconocerlos.

En la vida cotidiana encontramos situaciones límites y excepcionales; ambas reformulan la rutina o reiteración o introducen variables alterativas. Ej.: la muerte de un miembro, una acción fuerte de movilización e insurgencia, el cambio paulatino en formas de comida, etc. Estas variables no siempre logran la ruptura cotidiana, frente a ellas se ejercita la cohesión organizacional y la vivencia del universo simbólico; es decir la cotidianidad espacio temporal va, desde los niveles de la conciencia intersubjetiva, hasta el manejo del espacio exterior.

El lenguaje dentro de la vida cotidiana es el sistema de signos más importante: de la sociedad humana y por esto, las objetivaciones se sustentan primariamente por la significación lingüística. Quien no entiende el "lenguaje" (en sentido social) dentro de una sociedad, no puede comprender la realidad de la vida cotidiana. El hombre se va objetivando por el lenguaje, el manejo de significados y significantes. El lenguaje hace más real mi subjetividad y la del otro, además es un lugar privilegiado de objetivación.

Por la capacidad de trascender al aquí y ahora, lenguaje tiende puentes entre diferentes zonas dentro de la realidad de la vida cotidiana y las integra en un "todo significativo". El lenguaje trasciende por completo la realidad de la vida cotidiano constituye campos semánticos lingüísticamente circunscritos.

El lenguaje no sólo reconstruye símbolos sumamente abstraídos de la experiencia cotidiana, sino que "recupera" estos símbolos y los presenta como elementos objetivamente reales. No se puede entender la trama y la urdimbre de la vida cotidiana, si no se capta el simbolismo y el lenguaje simbólico; además el conocimiento de la vida cotidiana se

El estudio de la cotidianidad para Lefebvre tiene por objeto la praxis social "más material". La crítica a la vida cotidiana debe ubicarse en el significado más profundo: es todo lo que hace que un ser humano sea más humano. La vida cotidiana implica y envuelve la crítica de la economía política en el sentido de Marx. Es el lugar del encuentro e intercambio de conflictos y aspiraciones, de lo desconocido y no dominado; en la vida social e individual, el vivir y lo vivido no coinciden.

El control político y la eficacia de los medios masivos se basan en la capacidad de penetración en los ámbitos de la vida cotidiana. Muchos análisis de la influencia de los grandes medios apuntan al macro nivel, olvidándose que los espacios de percepción para los cambios conductuales son los de la vida cotidiana. Además y por desgracia los métodos de tortura y represión de cualquier sistema fascista se fundamentan en el manejo de los ámbitos afectivos de la vida cotidiana. La tortura dura realidad de la humanidad "juega" con las situaciones límites; recuerdan las rutinas, las relaciones familiares, el manejo de los objetos. La nostalgia se convierte en burla y aguijón; el recuerdo de los espacios y "relaciones sociales inmediatas" son burlados.

CULTURA POPULAR Y CULTURA DE MASAS

En el siglo XIX la participación de las "masas" por el sufragio político incorpora otros modos de participación y la posibilidad de elegir (concepción de la libertad en sentido liberal) dentro de una producción industrial en serie, nivela los estilos de vida, desconociendo anulando el espacio de la lucha de clases.

Los medios de información ocupan el lugar de los manuales victorianos y post-victorianos en lo referente a las

estructura en términos de relevancias determinadas por intereses pragmáticos y por la situación dentro del contexto social.

El conocimiento aparece distribuido socialmente en la vida cotidiana; el poder del "saber y del hablar" originan modelos de mirar y de aprehender el mundo.

Daniel Prieto en Voluntad de verdad y voluntad de espectáculo propone algunas características de la vida cotidiana:

1.- Se caracteriza por la inmediatez en las relaciones, análisis de la propia realidad y de uno mismo. La inmediatez implica un conocimiento funcional de la realidad, de uno mismo.

2.- Se conoce la vida cotidiana por analogía e influencias inmediatas; se organiza sobre procesos de ordenamiento de rutinas, perceptuales o conductuales.

3.- Es el ámbito privilegiado del ejercicio del poder (autoritarismo abierto o sutil). Encierra lo natural, lo patológico, paradigmático, incomprensible, contradictorio.

4.- Los mensajes se apoyan en las relaciones sociales vigentes. Se produce en su interior la apropiación de las ofertas culturales.

5.- En la vida cotidiana lo "excepcional" no constituye únicamente lo falso, negativo, sino también los lazos de solidaridad, relaciones amorosas, la picardía y alegría popular.

buenas costumbres y al gusto culto. Los medios de comunicación de masas desmovilizan al hombre dentro de vaivenes culturales que logran desclasarlo y perder su identidad social. La obra de Ortega y Gasset: *Rebelión de las Masas* constituyó una dura crítica a la cultura de masas y a la especialización del conocimiento humano por la ciencia. El ingreso de las masas a la sociedad representaría la pérdida de autoridad de las elites; Veblen, utiliza la fórmula "panem et circenses" de la Roma imperial, para comparar a los juegos económicos de las películas en cine o televisión de la sociedad de consumo.

Para la población de la Roma imperial los medios jugaban el papel de controles sociales, hoy, este nuevo poder rebasa este control social hasta convertirse en lo que Edgar Morin llama función mítica. El escenario por los medios de información se ha ensanchado, los héroes son muy variados en formas y colores quizá al gusto del cliente. Morin afirma: "La masificación de la cultura no es anticultura, ni tampoco lo es su vulgarización... La cultura de masas rechaza el fracaso y lo transforma. Es por ello que rechaza todo lo que sea destructor la crítica radical, las negaciones apasionadas, el ardor revolucionario... Se empeña en rescatar la adolescencia, encausando la rebeldía por los caminos del éxito".

En las múltiples experiencias sobre comunicación popular, se pueden encontrar características de la cultura de masas, por el afán de homogenizar y caracterizar todo lo que hace el pueblo en un conglomerado indistinto y predicar de él, como popular. Toda generalización apresurada es una forma ingenua de descalificación de los valores genuinos y propios de una cultura. No hay motivo para equívocos; la cultura popular es generada desde los sectores explotados y la de masas, es impuesta desde arriba, apoyada por técnicos e

investigadores al servicio del lucro. La cultura popular al ser absorbida por la de masas se vuelve homogénea, uniforme, similar y parametral igual que la producción en serie industrial.

Desde inicios de siglo habría que buscar espectáculos para las masas y principalmente los provenientes del sector industrial.

Marshall Mac Luhan y Marcuse han estudiado y clarificado el tema. Macluhan cree, con optimismo, que adviene una nueva sociedad con un nuevo tipo de hombre sensorial y no el hombre racionalista, mezcla de Descartes, Gutemberg y de la era industrial. El cosmos globalidad, por los medios, se reducirá a la pequeña aldea donde los hombres vivirán unidos entre sí y con el tiempo por cordones innumerables. Marcuse critica a este nuevo apocalipsis y en un juego dialéctico propondrá la negación radical que lleve a una superación La reflexión histórico-crítica se da entre la década del 40 y 50, principalmente en Estados Unidos, preocupados por la relación cultura-sociedad de masas. Aparecen varias corrientes, de cientistas emigrados y del propio Estados Unidos; entre los de mayor notoriedad encontramos: Adorno, Horkheimer, Dwight, Mcdonald, Lazarsfeld y Merton. La preocupación básica deriva de la articulación que debe existir entre la información cultural, instrucción educativa y la organización socio-política. Los aportes sociológicos, antropológicos, filosóficos aclaran la situación, en la que se ventilan posiciones de rechazo absoluto a la industria cultural como extensión de la industria mercantilista capitalista de consumo y explotación. Otros, mediatizan una crítica de conciliación y también unos autores apoyan todo desarrollo de los nuevos medios, sin ninguna capacidad de respuesta. La crítica política da pasó a la crítica intelectual y esta meta

crítica culta Merton y Lazarsfeld la plantean en términos de poder., Es importante la visión de estos autores, porque desmitifican la capacidad todopoderosa de los medios frente a la masa ingenua pasividad absoluta e introducen la capacidad de respuesta, de impugnación o neutralización, de los sectores populares.

La comunicación y/o cultura de masas cree que incorpora a toda la sociedad, sociedad fragmentada por la división económica, excluida de los logros tecnológicos.

Respecto de la eficacia de la "cultura de masas", conviene hablar de varios niveles en la misma cultura popular: el grupo popular autogenelado y el inducido a la vez de actitudes inducidas frente a la misma identidad cultural, como: la de la propia "subestimación o inferioridad", el complejo de considerarse "sub-cultura" o la vergüenza por no alcanzar las formas de vestido, vivienda, alimentación de la cultura dominante. Los medios de información que alimentan estas actitudes degradantes alejadas de su función social, se basan en un gran conocimiento de la psicología popular, de la percepción y axiología que manejan. Nos encontramos frente a una paradoja: ¿Por el hecho de ser pueblos-naciones pobres tienen ipso facto una vivencia de cultura popular o en la mayoría será de masas? y ¿en la cultura de masas adquiere identidad la cultura popular? La cultura de masas en la actualidad está auxiliada por la influencia transnacional de la electrónica. No quedan reductos de la vivencia humana que no sean aprehendidos por los grandes medios tecnológicos y los que aún no son conocidos son motivo de investigación. Se entiende la comunicación de masas como un espacio de audiencia eficaz. Generalmente las masas son ingenuas y el discurso masivo, populista, muchas veces agresivo, basta que se afine en el "sentido común" para brindar espectáculo a

las mayorías.

Las formas culturales masivas asumen las manifestaciones tradicionales de vivencias culturales a inyectan mensajes externos, directa o indirectamente. La anomía cultural en los sectores explotados no es problema únicamente de la influencia exógena, sino que en su interior se han interiorizado mecanismos hegemónicos que reproducen la hegemonía dominante.

La "cultura de masas" desarraiga a los individuos de su espacio geográfico o hábitat y muchas culturas en la actualidad sienten disminuir su densidad cultural y la axiología popular es resquebrajada desde la lógica de consumo.

Toda cultura tiene una referencia geográfica y así toda lucha o proyecto desde la cultura popular implica una organización y movilización por la posesión de la tierra; sería ridículo pensar en culturas aéreas. La memoria histórica asume en su globalidad el espacio geográfico, las relaciones sociales dentro del marco telúrico.

La "cultura de masas" entre los migrantes produce un estilo de vida sin referente geográfico y este desarraigo los aleja de las relaciones sociales vitales, problema que los conduce a crear espacios "micro-sociales" en medio de los suburbios, villas miseria, favelas; espacios que servirán para subsistir frente a la opresión urbano. Todos estos procesos conducen a debilitar la capacidad práxica de transformación, basta ver el "opio televisivo".

CAPÍTULO

V

CULTURA POPULAR Y TÉCNICAS

ORIENTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

En Ecuador la radiodifusión está orientada al avasallamiento de los valores de la cultura nacional y la imposición de pautas foráneas en la música, los programas y la publicidad; la absoluta supremacía de diversos intereses ajenos al bien común; la total carencia de participación popular; la falta de capacitación profesional y técnica de los directivos y trabajadores de la radiodifusión.

Manifiesta que es necesario orientar la radiodifusión hacia la formación de una nueva cultura popular, hacia una positiva toma de conciencia de lo racional por sobre cualquier influencia ajena, que refleje y estimule la firme evolución de la cultura popular ecuatoriana. Indica que el concepto "cultura del pueblo, o "cultura popular" debe entenderse fundamentalmente referido al hombre, a cada hombre en sí y en relación con la sociedad. Propone para esto un proyecto que contiene los objetivos, el contenido de las emisiones cuyas funciones prioritarias serían: a) información; b) formación; c) entretenimiento; d) participación; e) musicalización; f) publicidad.

Señala las soluciones para adoptar esta propuesta, las medidas que son más importantes para la necesaria transformación de la radiodifusión ecuatoriana al servicio de la comunidad, pero sobre todo, la revalorización de la cultura popular.

CULTURA POPULAR Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Propone la definición de cultura popular en relación con las clases sociales y los proyectos históricos de dominación

o liberación. Define Cultura como todo lo que los hombres realizan en su actividad social, constituyendo un conjunto de respuestas colectivas frente a las necesidades sociales; así la cultura no es solo lo artístico, sino los distintos campos de actividad social humana.

La sociedad, por su estratificación social (clases sociales), sufre el control ideológico por parte de las clases dominantes, quienes por varios mecanismos controlan las manifestaciones y formas de organización popular. Al hablar de "cultura popular", no se entiende como algo abstracto que existe "per se". Lo popular no debe caer en el populismo (románticos del siglo XVIII), sino resaltar la conciencia que de la situación tiene el explotado y dominado. Esta es la única vía para iniciar los caminos de liberación y creatividad colectiva. Lo popular depende de la utilización que de los medios hacen los sectores populares dentro de procesos y condiciones reales en un determinado sector.

Los medios de comunicación masivos infunden hoy incomunicación, pasividad y desorganización popular. Imponen valores que responden a los intereses de clase de los grupos hegemónicos; frente a esto la función principal de los grupos culturales es la de contrarrestar esa hegemonía, esa imposición y desarrollar una lucha cultural contra los falsos valores, tratando de orientar la conciencia y los comportamientos populares en función de una lucha política, estimulando la conciencia popular, revalorizando su capacidad creadora, fortaleciendo los valores propios, solidarios y clasistas, reorganizando el tiempo libre y defendiendo los comportamientos propios de la vida cotidiana.

SEMIÓTICA

Desde el punto de vista semiótico, la cultura puede ser

captada no únicamente desde algunos factores sobrecondicionantes, sino todo el proceso de efectuación simbólica como relación de producción de significados.

En el proceso semiótico, un ser pensante o grupo social establecen una función de un objeto a través de la ACCION, la denominan a través del LENGUAJE, y la reconocen e interpretan a través de una TEORIA. El conjunto global con su axiología concreta constituiría un PROCESO CULTURAL, éste se establece con la utilización de la comunicación y difusión de la información adquirida.

La cultura popular también se presenta como un fenómeno de disemia. Con un alto grado de equivocidad, esta negatividad solo puede ser definida estructuralmente y dentro de la perspectiva semiótica el modelo más adecuado para presentarlo es de "disglosia".

Así, la cultura popular puede ser entendida dentro de un contexto sincrónico-diacrónico y con base en la homología con la disglosia; la "subcultura popular" puede ser examinada dentro de la cultura global y en relación con ella, como proceso de producción diferencial de signos (disemia).

La Comunicación, la Educación y la Cultura Popular en América Latina

La presente tiene por objetivo acentuar, por un lado, la interdisciplinariedad de las ciencias y del conocimiento y, por otro, presentar la situación actual de la problemática sobre la base de alrededor de mil documentos de diversos autores y experiencias de América Latina específicamente en las áreas de Comunicación, Educación y Cultura, con énfasis en las experiencias alternativas desde los sectores urbano-

marginales y rural-campesinos.

Este material ofrece una visión general de la situación actual de estos problemas. Si bien no son propuestas de los últimos años solamente, dejan entrever un recorrido histórico, no de simples aportes teórico-metodológicos, sino de esfuerzos operativos, de movilización y organización política, que diversos sectores dominados de las naciones nacionalidades indígenas, sectores suburbanos de las grandes ciudades han realizado para romper todo intento y forma de etnocentrismo y superar la hegemonía de grupos minoritarios dominantes que buscan manejar la historia, apropiarse de la cultura popular, inyectar elementos de la información masiva en los códigos sociales, alterar el universo lingüístico, simbólico y las formas de organización.

La articulación entre Comunicación, Educación y Cultura Popular es cada día más necesaria y por tanto, el estudio de ellas debe ir dentro de una nueva óptica de investigación. Desde la concepción griega clásica Aristotélica se defendió la incomunicación entre las ciencias y se las transformó en estancos separados en el tratamiento de la realidad y se delimitó el "espacio y objeto del conocimiento científico". Hoy la interrelación de las ciencias, principalmente las denominadas del hombre', desde el aspecto metodológico es condición primera para su tratamiento. El conocimiento humano como praxis social, es el resultante de esfuerzos colectivos y de aportes de varios campos del saber.

La investigación de la comunicación, principalmente desde la década de los años setenta ha encontrado que no puede replegarse como ciencia específica en su metodología, teleología y función social, sino que paradójicamente, mientras más quiere "apropriarse" del espacio específico en la

realidad, más se aleja de alcanzar sus objetivos e incluso entra al reino de la equívocidad y se debilita en su misma naturaleza.

Al hablar de comunicación, cultura y educación, se manejan términos polisémicos y desgastados por el uso y abuso de ellos; de ahí la necesidad de un marco referencial, de un contexto epistemológico para el tratamiento de esta problemática. Se ha trabajado ilusoriamente en proyectos de "comunicación alternativa, popular", experiencias del Educación Popular", de "Comunicación Educativa" o de "Procesos Educativos Liberadores", etc., desde una perspectiva unilateral y reduccionista que no miraba la gran interrelación de los procesos sociales. Así, la propuesta Freireana, que planteaba que la Educación Liberadora despertaba "per se" procesos de concientización, desde el individuo hacia el contexto socioeconómico y político; o la des-escolarización del sistema formal propuesta por I. Illich y otras múltiples experiencias se constituyeron en intentos particularizados y sin la debida interrelación.

En los procesos de comunicación, las propuestas de ruptura del modelo tradicional, unidireccional, vertical o del difusionismo en la comunicación para el desarrollo, no constituyeron hechos aislados con relación a los avances en otros campos. Muchos procesos sociológicos y reflexiones desde otras experiencias afectaron el sistema no-formal y no-tradicional de la comunicación y educación.

En el campo de la cultura, se ve claramente que los esfuerzos por defender los espacios y manifestaciones populares se ha constituido en una alternativa política. La investigación de la cultura ha puesto de manifiesto la debilidad de su estudio, únicamente reducida a una mera

facticidad o producción significa; hoy la cultura, tomada como mundo objetivo, no es estática. No hay culturas simplemente reiterativas, sino dinámicas y cambiantes y como productos específicamente humanos, su conciencia y evolución histórica expresan la dinamicidad e historicidad del hombre.

La ruptura de la univocidad del, término Cultura, como sinónimo de buen gusto, posesión de bienes culturales de la elite, ha representado una marcha histórica donde han intervenido grupos humanos para acabar con pretensiones hegemónicas y absolutistas. Hoy, al hablar de cultura popular, cultura para la liberación, exige retomar su devenir histórico unido a procesos donde la ciencia ha desarrollado nuevos modelos que superan todo cientificismo y más aún, posiciones radicales del neopositivismo o corrientes lógico-matemáticas.

Los fenómenos sociales han sufrido sistemas de calificación y descalificación. Preguntas como: ¿Qué fenómenos sociales entran como objetos válidos y específicos de estudio? ¿Quiénes deciden su importancia histórica?. ¿Desde qué óptica científica se juzgan como tales?.

El positivismo y luego el neopositivismo, el estructuralismo y el logicismo, han constituido los intentos últimos por diseñar un modelo de ciencia que responda a un mundo fenoménico, abstraídos de la historia. Estos planteamientos sincrónicos no están aislados de posiciones políticas, al contrario su pretensión nace en modelos de sociedad que quieren mantener y controlar.

Los documentos presentados en esta bibliografía, de hecho se convertirán en instrumentos de trabajo y puntos de reflexión. El aporte de los autores al esclarecimiento de temas claves

para fundamentar procesos políticos, trabajos de investigación, se verá recompensado con creces cuando en América Latina se superen los aires de pesimismo y derrota coloniales, aires formados no desde nuestra subjetividad sino concretizados en la explotación que perdura hasta hoy. Es necesario que se escuche "nuestra voz" y tenga "fuerza histórica", es decir poder político para que desde la cultura, comunicación y otras experiencias se vean como esfuerzos complementarios y a la vez unificadores, para lograr la autodeterminación de Latinoamérica.

Hablar de comunicación, educación y cultura dentro de los procesos históricos es afirmar en el nivel implícito su función al interior de los mismos.

El hombre desde su praxis más sencilla se plantea la intencionalidad de su acción, manifiesta o no, que se concretiza en sus relaciones y manejo objetuales. Así, ¿cuál sería la función que la cultura, la comunicación y la educación deben cumplir para satisfacer su naturaleza y condición frente al hombre en América Latina?

Existe una relación dialéctica en el sentido de oposición y superación entre la liberación y los procesos en los campos mencionados. ¿Cuál es, entonces, la condición política para asumir nuestros propios procesos históricos y para que las diversas experiencias no constituyan intentos vacuos, carentes de sentido? Sin plantear una respuesta mecanicista, serían los procesos políticos de liberación, desde las formas fácticas de lucha inmanentista en el nivel económico hasta las utopías que formulan desde el "aquí y ahora" un nuevo tipo de sociedad con la ruptura radical de la existente. Estos intentos a lo largo de la historia de la humanidad se han manifestado, incluso en las grandes culturas

occidentales de la antigüedad hasta las actuales.

Con el sustento de la relación dialéctica planteada, se podría afirmar que es importante hablar de procesos de educación, comunicación y cultura, mientras no ocurra la liberación; esto sería defender simplezas; se trata de que estos procesos sean instrumentos históricos y contribuyan a liberar y a apoyar la voluntad política de los pueblos.

Estas experiencias y proyectos, deben asumir desde el tratamiento de lo fáctico hasta el reclamo denuncia de nuestro ser sojuzgado y promover la emancipación.

Aquí se deja entrever grandes aportes de nivel teórico, experiencias metodológicas, utilización de medios alternativos como respuesta a los "mass media", tanto en el nivel urbano- marginal como rural campesino. Son aportes que constituyen un planteamiento epistemológico dentro de la praxis social. No solamente el saber culto o entendido como científico es la única forma de aprehender el mundo para volverlo cósmico ordenado, sino hay formas de conocimiento desde los sectores dominados, desde las culturas de la miseria y de lo popular, que han permitido comprender con mayor eficacia, la relación del hombre con su hábitat y entorno social. Esto no significa privilegiar un conocimiento sobre otro, sino ubicar con claridad que no existen conocimientos mayores y menores y que tampoco la tradicional clasificación del conocimiento en: empírico-vulgar (sentido común, ingenuo), científico (positivo) y filosófico (explicación de la totalidad), sirva para el tratamiento de las culturas. Esta clasificación responde a una manera occidentalizada del conocimiento, que como parámetro de interpretación y descalificación, ha traído como consecuencia genocidios y sistemas de explotación.

Es la hora para que los científicos sociales, provenientes de diversas especializaciones, pensemos en el desafío de colaborar desde la comprensión y explicación teórica en la construcción de una nueva realidad, cruzada desde el inicio hasta el fin, por la facticidad, la necesidad, el reclamo, la lucha política, la explicación racional, las intuiciones, el arte, la música y la leyenda. Los distintos aportes aunque minúsculos lograrán sentido y axiología cuando la voz tenga fuerza y se grite, que el SER que nos han impuesto no es el de nosotros y que debe ser removido y recuperar así el "verdadero SER latinoamericano", desde una praxis liberadora; sin encerrarnos chauvinísticamente en una identidad cerrada, sino desde nuestra identidad y personalidad, desde nuestra unicidad, abrirnos con presencia y voz a la universalidad, colaborando a que tenga sentido la experiencia humana en la tierra.

Frente a nuestra realidad histórica, las experiencias y aportes de las ciencias humanas, sociales o estrictamente formales, si no alteran e impugnan las formas de coloniaje y dominio, no tienen ningún sentido ni razón de existir. Ya no podemos aceptar el conocimiento "per se" o por un gusto lúdico o gnoseológico; máxime cuando estamos en la cuarta revolución industrial, llamada Primera Revolución Post-industrial que proviene de la informática y del control espacial que ha creado y seguirá con vertiginosidad controlando los hilos de la marioneta terrestre y más aún frente a las nuevas tecnologías que existen y no admiten ceguera frente a ellas. ¿Qué hacer y cómo apropiarse para nuestra praxis política liberadora desde los sectores populares y pobres de nuestros pueblos?. La brecha crece. ¿Hay que enfrentarlas? ¿O los medios alternativos micromedios serán lo suficientemente impugnadores para superar la

dominación? ¿Las experiencias de comunicación alternativa, de educación popular gozarán de la voluntad política de decisión para proponer los usos correctos de las grandes tecnologías?.

El fin del siglo XX, constituye un desafío y es necesario un cambio copernicano en el sentido de encontrar el eje del sistema o proponer la inversión "ptolemaica", de entender la articulación múltiple cósmica de las relaciones humanas, de la interdisciplinariedad científica de miseria y pobreza, similar a la producción en serie.

De hecho, son progresos valiosos los alcanzados en esta era de los cerebros de inteligencia artificial de la tercera y cuarta generación; nadie negaría en la actualidad la revolución de Gutemberg o la galaxia planteada por Von Neumann, tampoco los grandes aportes de la cibernética para la producción agrícola, simplificación de las jornadas duras de trabajo deshumanizante, peor podríamos afirmar en analogía como los filósofos del Círculo de Viena (neopositivismo) que repetían sin cesar: "Fuera la metafísica" y hoy gritar "Fuera o basta de la tecnología", sería una posición ingenua, cual intento de tapar con un dedo el sol.

El eje de la nueva revolución copernicana está en asumir críticamente estos inventos de la humanidad, articulados con procesos políticos de liberación de los pueblos pobres y marginados y proponer un espacio cósmico e histórico alejado de la alienación. Desafíos que crecen quizá al ritmo de un teletexto, de un sistema transfrontera o de una fibra óptica. Sistemas que desde los países desarrollados con alta tecnología invaden hasta el corazón de Africa.

Cabe preguntarse si el "homo sapiens", el "homo economicus", puede seguir siendo el homo habilis, aquel inquieto para

remodelar el barro, por impugnar texturas y formas físicas a los elementos de su entorno social. ¿O nos hemos constituido en máquinas que reproducen en serie pautas, comportamientos, modelos estéticos determinados desde la objetividad industrial? La naturaleza del hombre no admite las rutinas reiterativas "ad infinitum" y así vemos que en la cultura popular se han mantenido elementos claves que hoy le siguen dando significado a su vida y se van reformulando acorde a las vicisitudes y cambios endógenos y principalmente exógenos.

CAPÍTULO

VI

ESTRATEGIA CREATIVA

La plataforma de comunicación que utilizaremos como base para la campaña publicitaria se resume en la estrategia creativa que a continuación presentamos:

¿CÓMO VAMOS A DECIRLO?

Una vez conocidas las pautas del comportamiento del consumidor y elegidos el contenido y la idea central del mensaje se deberá plantear cuál es la forma que debe darle para que sea captada por el receptor; es decir, qué recursos expresivos de entre los posibles titulares, imágenes, tipografía, etcétera, se debe elegir para que entre mensaje y receptor se establezca un lazo comunicativo que haga llegar eficazmente a éste la propuesta.

En la campaña se ha establecido una idea central que es la cultura de la comunidad Chachi y por medio de este valor agregado dar mayor realce a las artesanías

El mensaje publicitario será realizado tanto en español como en inglés, para asegurar la compra de los visitantes extranjeros. Ocasionalmente utilizaremos palabras o frases en el lenguaje propio de los CHACHIS (chapalachi) como herramienta para llamar más la atención de los visitantes a más de dar a conocer más su cultura.

¿QUÉ VAMOS A COMUNICAR?

El objetivo de este punto es determinar el contenido del mensaje mediante el estudio del cómo y el porqué de los procesos que ocurren en el consumo. El planteamiento básico del que se parte es que la motivación es un proceso que no se debe a un solo hecho o a una única causa. Se trata, pues, de buscar el factor que pone en marcha el comportamiento, la

causa, sino la raíz profunda que explique dichos comportamientos: El motivo. Hay que tener en cuenta, además, que la motivación, en el campo del consumo, no se sitúa normalmente en el nivel fisiológico (instintos, impulsos básicos, como hambre y sed).

Concretamente vamos a comunicar lo rico de esta cultura ubicada a orillas del Río Cayapas. Lo legendario del proceso de elaboración de las artesanías y la realidad por la que pasa la comunidad Chachi.

¿DÓNDE VAMOS A DECIRLO?

Para lograr que una campaña publicitaria cumpla su cometido es imprescindible conocer bien las características de los soportes o medios en que se va a desarrollar.

La campaña que hemos planificado estará conformada por:

PÁGINA WEB

Es de vital importancia en este mundo ya globalizado unir a la comunidad CHACHI con el mundo digital. En este medio daremos a conocer al mundo de su existencia; informaremos todo lo que nos sea posible acerca de esta cultura. Será un portal atractivo e interactivo con interesantes links a los lugares turísticos más importantes del país.

AFICHES

Se utilizará un manejo visual del más alto nivel, para así hacer una pieza gráfica atractiva que servirá como un breve informativo en ferias, eventos y demás.

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Debido a los resultados que arrojó nuestra investigación (los consumidores adquieren artesanías como recuerdo),

creemos conveniente el realizar diseños llamativos que serán utilizados en camisetas y stickers; con el doble propósito de captar la atención del consumidor para que conozca la cultura y tener un rédito económico.

PLEGABLES

En estas piezas se pondrá información más detallada y completa de la comunidad. Estos dípticos, trípticos o de más cuerpos serán utilizados como material publicitario que será entregado en eventos culturales, ferias y demás.

DISEÑO DE STAND

Como parte de nuestro programa de comunicación realizamos una exposición el semestre anterior en el cual colaboramos en el diseño de un stand para venta exclusiva de artículos CHACHIS, lo cual sirvió como un ejemplo para futuras exposiciones de artesanías. Creemos que lo más conveniente es hacer un stand sólo de artesanías Chachis ya que en nuestra investigación nos sugirieron que sería algo muy llamativo, pues los visitantes (compradores) de los locales artesanales se interesan mucho por ambientes y cosas que rompan con la monotonía.

ACCIONES COMPLEMENTARIAS RECOMENDADAS:

Solicitar una colaboración de revistas, pidiendo que se permita colocar un inserto con el cual se solicite ayuda económica voluntaria, que, previa autorización, se debitará de las cuentas corrientes o ahorros de las personas que deseen colaborar con la comunidad Chachi.

Solicitar al Ministerio de Educación y Cultura para que promueva programas de educación en las escuelas y colegios acerca de las culturas del Ecuador.

Solicitar apoyo a los canales de televisión para que se realicen publrreportajes acerca de la cultura Chachi.

¿CUÁNTO GASTAR?

El objetivo de este último tipo de investigación es conocer la influencia de la publicidad en el nivel de ventas de un determinado producto, dato fundamental para la toma de decisiones económicas del anunciante en relación con la inversión en publicidad, ya que de esta manera nosotros, como publicistas, podemos saber en qué medios vamos a comunicar.

Como ya explicamos anteriormente no conocemos el monto exacto de dinero del que disponen como presupuesto publicitario, por lo que creemos conveniente realizar, a favor de ellos, las piezas publicitarias que a nuestro criterio y basadas en estudios sean las más adecuadas, para que ellos en un futuro dispongan y escojan las que más se ajusten a su presupuesto.

BRIEF CREATIVO

1.- ¿POR QUÉ ESTAMOS HACIENDO PUBLICIDAD?

Porque queremos dar a conocer, tanto a personas y turistas nacionales como extranjeros, la existencia de la cultura CHACHI. Obviamente tenemos especial interés en que el grupo objetivo compre las artesanías y así, a su vez, conozca y se inmescuya en la cultura de los CHACHIS.

Queremos concienciar a la gente para que apoye la comercialización de artesanías ecuatorianas y en especial la de los Chachis, ya que esta es su principal fuente de ingreso.

Porque tratamos de inculcar a nuestro grupo objetivo, tanto primario como secundario, que al comprar artesanías también se esta adquiriendo la cultura de nuestro país.

A más de esto, el apoyo que la gente brinde al comprar las artesanías ayudará a que ésta cultura, en vías de extinción, no desaparezca.

Así podremos aportar con un nuevo enfoque en la forma de comunicar una cultura en particular.

2.- ¿QUÉ QUEREMOS LOGRAR COMO RESULTADO DE LA PUBLICIDAD?

Que la gente conozca y se involucre para que luego compre las artesanías de los Chachis.

Lograr que las personas se interesen en las artesanías ecuatorianas y así entienda mejor sus raíces y lo variado y diverso de la cultura ecuatoriana.

3.- ¿A QUIÉN LE ESTAMOS HABLANDO?

Hombres y mujeres de todas las edades, nacionales y extranjeros de todos los niveles socioeconómicos que visiten ferias artesanales, puntos de venta de artesanías y que gusten y se interesen por la cultura. Como grupo primario las personas extranjeras; es sabido que los visitantes de otros países son los compradores más seguros de nuestras artesanías. Y como grupo secundario las personas de nacionalidad ecuatoriana que busquen y se interesen por el trabajo artesanal ecuatoriano.

Nos interesaremos en futuros turistas y visitantes (mercado potencial) ya que con la página web tendremos acceso a todo el mundo.

4.- ¿QUÉ RESPUESTA QUEREMOS DE LA PUBLICIDAD?

Que la gente compre las artesanías.

Crear un efecto de concienciación acerca de la cultura del Ecuador.

5.- ¿QUÉ INFORMACIÓN AYUDARÍA A PRODUCIR ESTA RESPUESTA?

Información acerca de la cultura.

Preparar y capacitar a los vendedores y expositores de las artesanías para que el gancho sea la cultura.

6.- ¿QUÉ ASPECTOS DE LA PERSONALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN EXPRESARÁ LA PUBLICIDAD?

La realidad de la cultura, podría ser tomada como un aspecto de personalidad de marca, ya que la comunidad Chachi carece de personalidad, en lo que se refiere a ser una empresa productora de artesanías.

Su identidad cultural, que incluso es desconocida por la mayoría de los miembros de la comunidad.

7.- MEDIOS, PRESUPUESTO Y ACCIONES COMPLEMENTARIAS RECOMENDADAS

En nuestro caso, el presupuesto es dado por la comunidad CHACHI, que a su vez es auspiciada por organismos y fundaciones internacionales.

Cabe mencionar que no conocemos el monto exacto de dinero del que disponen para el presupuesto publicitario, razón por la cual creemos lo mas conveniente el realizar, a favor de ellos, las piezas publicitarias que a nuestro criterio y basado en estudios sea lo más conveniente, para que ellos en un futuro dispongan y escojan las que más se ajusten a su presupuesto.

En nuestro caso hemos considerado, por las cuestiones de presupuesto ya antes mencionadas, realizar una campaña que tendrá un entendimiento tanto global como individual de las piezas, ya que cada una de ellas tendrá completa información

acerca de esta interesante comunidad indígena. El mensaje publicitario será realizado tanto en español como en inglés, para asegurar la compra de los visitantes extranjeros. Ocasionalmente utilizaremos palabras o frases en el lenguaje propio de los CHACHIS (chapalachi) como herramienta para llamar más la atención de los visitantes a más de dar a conocer más su cultura. La campaña que hemos planificado estará conformada por:

PÁGINA WEB

Es de vital importancia, en este mundo ya globalizado, el unir a la comunidad CHACHI, con el mundo digital. En este medio daremos a conocer al mundo de su existencia; informaremos todo lo que nos sea posible acerca de esta cultura. Será una portal atractivo e interactivo, con interesantes links a los lugares turísticos más importantes del país.

AFICHES

Se utilizará un manejo visual del más alto nivel, para así hacer una pieza gráfica atractiva que servirá como un breve informativo en ferias, eventos y demás.

ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Debido a los resultados que arrojó nuestra investigación (los consumidores adquieren artesanías como recuerdo), creemos conveniente el realizar diseños llamativos que serán utilizados en camisetas y stickers; con la doble propósito: captar la atención del consumidor para que conozca la cultura y tener un rédito económico.

PLEGABLES

En estas piezas irá información más detallada y completa de la comunidad. Estos dípticos, trípticos o de más cuerpos

serán utilizados como material publicitario que serán entregados en eventos culturales, feria y demás.

DISEÑO DE STAND

Como parte de nuestro programa de comunicación realizamos, el semestre anterior, una exposición dentro de la universidad; para la cual colaboramos en el diseño de un stand para venta exclusiva de artículos CHACHIS, ya que en nuestra investigación nos sugirieron que sería algo muy llamativo ya que los visitantes (compradores) de los locales artesanales se interesan mucho por ambientes y cosas que rompan con la monotonía.

ACCIONES COMPLEMENTARIAS RECOMENDADAS:

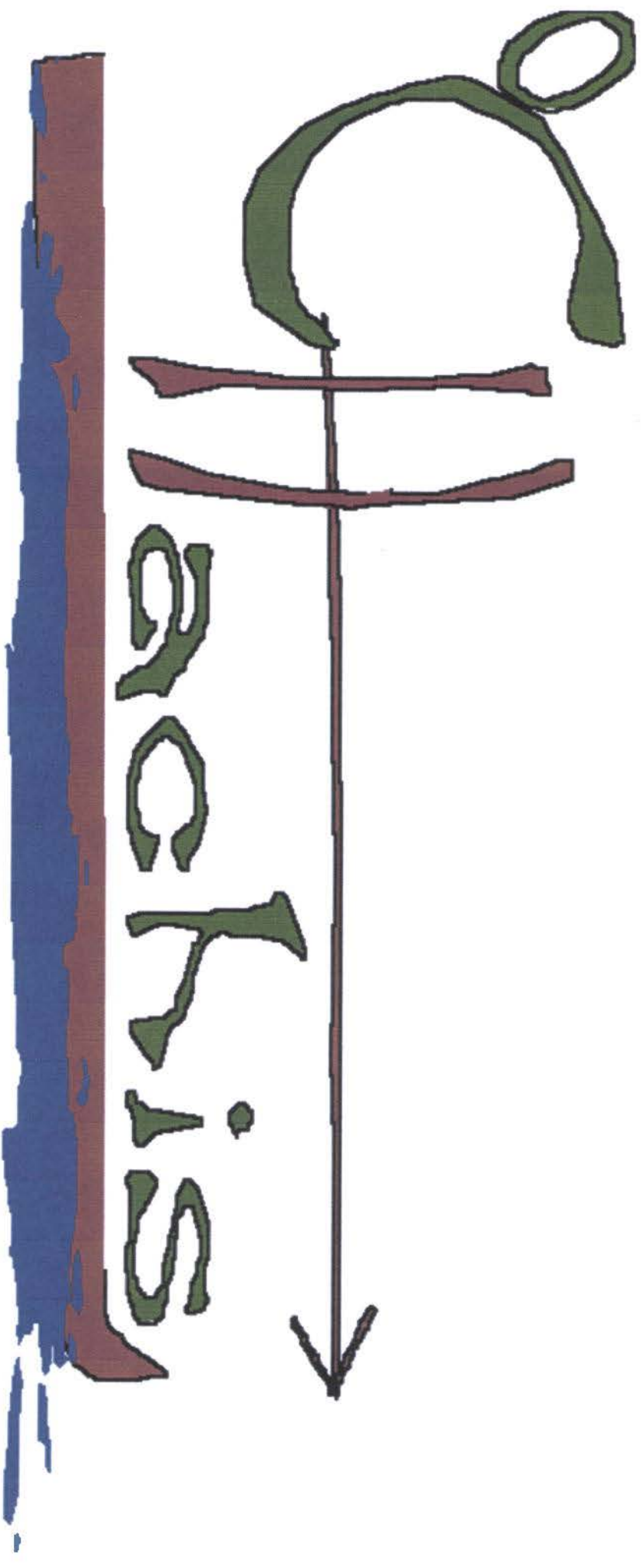
Solicitar una colaboración de revistas, pidiendo que se permita colocar un inserto con el cual se solicite ayuda económica voluntaria, que, previa autorización, se debitará de las cuentas corrientes o ahorros de las personas que deseen colaborar con la comunidad Chachi.

Solicitar a l Ministerio de Educación y Cultura promueva programas de educación en las escuelas y colegios acerca de las culturas del Ecuador.

Solicitar apoyo a los canales de televisión para que se realicen publlirreportajes acerca de la cultura Chachi.

ANÁLISIS DEL LOGOTIPO

LOGOTIPO



ESMERALDAS - ECUADOR

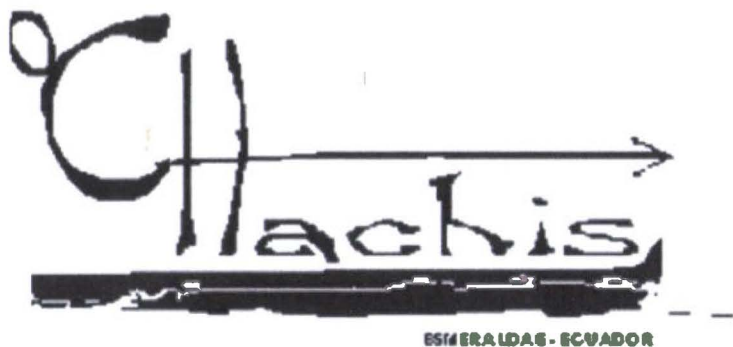
ESCALA

El logotipo de los chachis puede ser escalado hasta donde los medios lo permitan ya que pasa la prueba de visualización y universalización



APLICACION UN COLOR

Para la reproducción del logotipo a un solo color la aplicación será para el: café, verde negro y azul.



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Al realizar nuestro trabajo de titulación hemos llegado a la conclusión de que la comunidad Indígena Chachi carece de identidad propia. Este es un problema muy grande que consideramos debe ser resuelto lo más pronto posible por las autoridades de la misma comunidad.

También debemos mencionar el alarmante índice de enfermedades fácilmente prevenibles y controlables, siempre y cuando el Ministerio de Salud Pública del Ecuador aporte con una campaña de prevención de enfermedades y de vacunación de menores.

El factor de inmigración de los jóvenes chachis es también un aspecto que se debe considerar, ya que al salir a muy temprana edad a la civilización, ellos olvidan sus raíces y es muy alto el porcentaje de personas de la comunidad que desconocen sus antecedentes.

Si bien es cierto, el objetivo primordial de nuestro trabajo es el dar a conocer la cultura Chachi, pero si no existe concientización y colaboración por parte de los propios miembros de la comunidad, no habría razón de ser de nuestra campaña publicitaria.

Nuestro trabajo esta realizado para ponerlo en marcha con la colaboración de toda la comunidad Chachi, y es lamentable pero muy real, que nosotros no podemos hacernos responsables de los resultados que se obtengan si no existe una previa organización y una total colaboración de este grupo indígena. Lo que nosotros queremos es que este trabajo de titulación sea una herramienta y no un obstáculo, cerrado, rígido y obsoleto. Es por esta razón que hemos puesto especial cuidado en realizar las piezas gráficas, ya que como

no conocemos el presupuesto las mismas pueden defenderse tanto solas como en conjunto, para que así ellas puedan ser escogidas según su presupuesto y posibilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- **Malo , C., Arroyo , O. , Giordano , D. , Jaramillo , D. , Soto , A.** (Agosto 1990), DISEÑO Y ARTESANÍA , primera edición, CIDAP, Cuenca- Ecuador.
- **Fundación Fernando Velasco** , (Marzo 1983) LOS CHACHIS: ¿CONDENADOS A LA CEGUERA? , primera edición , Fundación Fernando Velasco, Quito- Ecuador.
- **Carvalho , Neto, P.** (1989) DICCIONARIO DE TEORÍA FOLCKLORÍCA , segunda edición, Abya Yala , Cayambe- Ecuador.
- **Resumen Bibliográfico** , CULTURA POPULAR Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA , CIESPAL – OEA , Quito- Ecuador.
- **Gili , G.** (Septiembre 1983) , COMUNICACIÓN Y CULTURAS POPULARES EN LATINOAMÉRICA , FELAFACS , ediciones G. Gili , México.
- **Furones , M.** (1980) , EL MUNDO DE LA PUBLICIDAD , ediciones Salvat editores, Barcelona- España.
- **Kotler , P. , Armstrong , G.** (1998) , FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA , cuarta edición , Prentice Hall , México.
- **Terán , P. ,** (2000) MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA , primera edición , Vortex Ink , Quito- Ecuador.