

CONTENIDO

- 1 EDITORIAL**
- 3 USNAVI La cultura nacional: síntesis histórica**
María Pérez Yglesias
- 4 PROGRAMACION CULTURAL Y FOLCLORE**
Guillermo Barzuna
- 8 TRANSNACIONALIZACION DEL FOLCLORE: ¿Instrumento de doble filo?**
Giselle Chang V.
- 12 ¿500 AÑOS DE QUE?**
Marcos Guevara
- 15 EL MUSEO COMO DIFUSOR DE LOS VALORES DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL**
Claudio Monge
- 18 HERENCIA CULTURAL**
Oscar M. Fonseca Zamora
- 20 TEMAS Y PROBLEMAS EN LOS ORIGENES DE LA LITERATURA COSTARRICENSE**
Alvaro Quesada Soto
- 23 LA DIVERSIDAD ETNICO CULTURAL DE LA REGION ATLANTICA DE COSTA RICA: Una reflexión sobre los problemas de integración regional**
Guillermo Carvajal Alvarado
- 29 LA INVESTIGACION ARQUEOLOGICA EN UNA EXPERIENCIA DE DESARROLLO ALTERNATIVO: El caso del Valle Oriental**
Ana Cecilia Arias Q. / Margarita Bolaños A. / Sergio Chávez Ch.
- 36 LA DESTRENZADA**
Tatiana Lobo
- 39 EL SABANERO GUANACASTECO EN SU HISTORIA Y COMUNICACION CULTURAL**
Roberto Cabrera Padilla
- 46 JESUS BONILLA Algo sobre su vida y su obra**
Enrique Cordero
- 53 HERENCIA, IDENTIDAD Y DISCURSOS**
Gastón Gaínza
- 59 ESTRATEGIA CULTURAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE**
Dra. María Eug. Bozzoli de Wille / Licda. Carmen María Cubero Venegas

Sistema de Bibliotecas - UCR



REV41635

USNAVI

La cultura nacional: síntesis histórica

María Pérez Yglesias

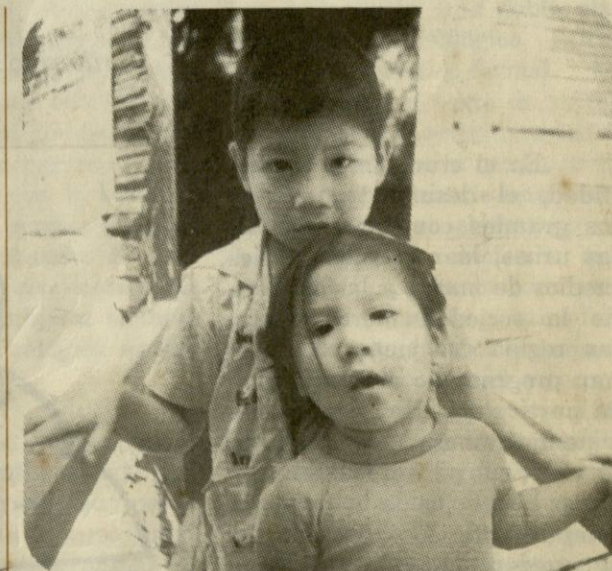
Usnavi...! , grita la abuela al pequeño mestizo limonense. Cuando el antropólogo le pregunta a la mamá si el nombre del niño tiene un origen indígena o raíces africanas, ella le contesta: No sé, pero puede ser que sí. Figúrese que lo copié de uno de esos barcos que a veces llegan al puerto, para ayudarnos a construir caminos y pintar escuelas. Yo estaba embarazada y me pareció tan bonito. U.S. Navy...

La discusión está planteada. Cultura nacional y cultura transnacional. Cultura capitalina y provinciana. Cultura erudita y popular. Cultura de élite y cultura de masas. Términos que se presentan como opuestos y, sin embargo, forman parte de una misma realidad.

Cuando se hace referencia a la cultura de un pueblo, una región, un país, se piensa en la noción de identidad y en el sentido de pertenencia. Se habla de rasgos comunes -lengua, espacio geográfico, etnia, religión, tradiciones ...- pero, sobre todo, de diferencias "frente a".

Los recursos culturales con los que cuenta una sociedad incluyen, además de los elementos materiales, las formas de comunicación, los hábitos de consumo, la manera de adquirir los conocimientos, la organización, la resistencia, el imaginario colectivo, como sagrado, magia o cotidiano.

La cultura de un pueblo es sincrética, múltiple, plural, conservadora y transformativa. La cultura (de una región, una comunidad, un grupo...) es una y son muchas. Esa cultura suma, a las raíces de lo autóctono, la apropiación histórica de distintos fragmentos culturales foráneos. La cultura nacional es lo propio y lo apropiado. Lo que olvida sus orígenes para formar parte de la identidad cotidiana. La alpar-



Niños Teribes de Yorkin, Talamanca.
Foto: Carlos Soto

gata es el tenis de ayer; el blue jean, el hoy del pantalón "multi-uso".

Cuando a la salida del cine se piensa en "ir a comer algo" no se tiene conciencia de lo nacional frente a lo internacional. Tan nuestros resultan los "hot dogs", las "pizzas", el "chop suei" como los picadillos, el gallo pinto o el arroz con pollo, frijoles molidos y "chips"... Lo nuestro y lo asumido como tal.

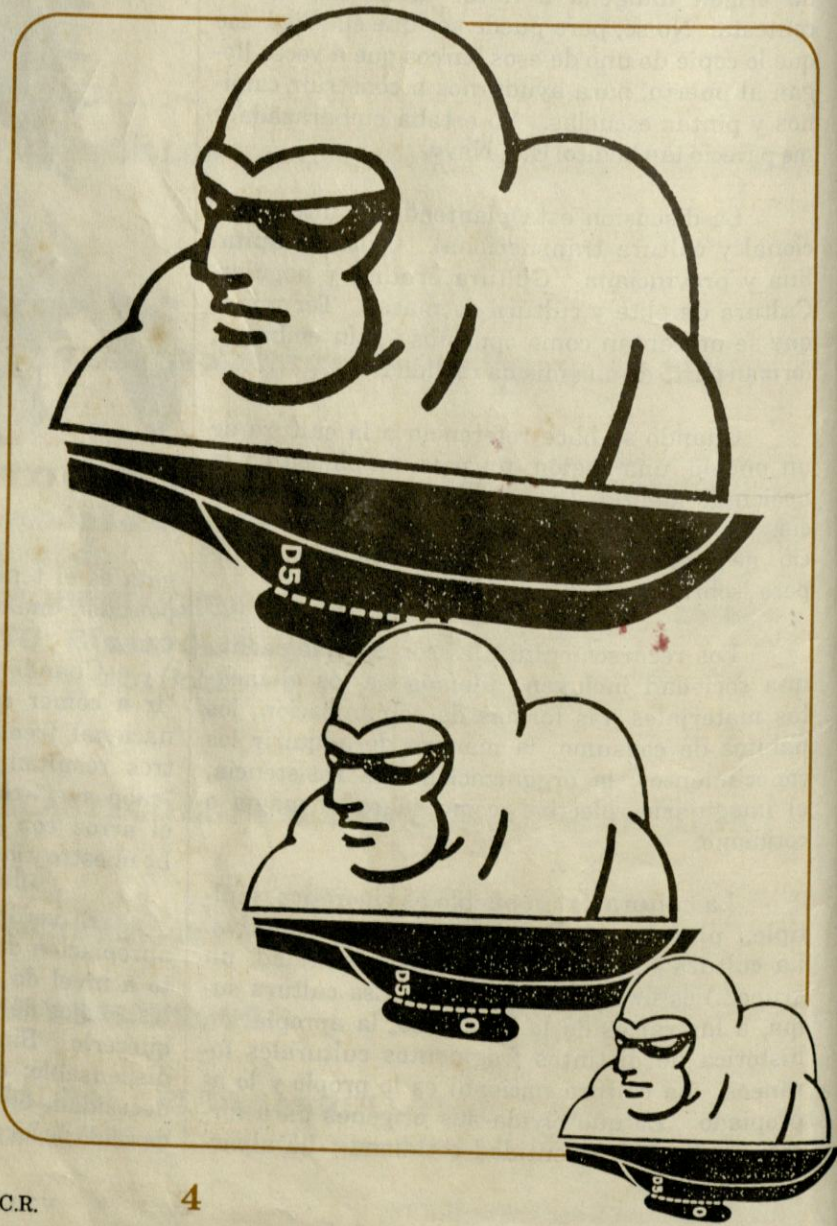
El verdadero problema no descansa en la apropiación de fracciones de otras culturas, tanto a nivel de discurso como de objetos materiales. Lejos de hacer perder lo propio puede enriquecerlo. Sin embargo, existe un requisito indispensable: esa apropiación debe surgir de la necesidad, el interés, la creatividad, el diálogo deseado de los pueblos y no de la imposición.

programación cultural y folclore

Guillermo Barzuna

En el cruce de la modernidad, el desafío tecnológico, los grandes conglomerados de las urbes, la relevancia de los medios de masas y la fortaleza de la sociedad mercantilista, las reglas del juego social se han programado de una manera particular. Ha proliferado sistemáticamente una manera de vivir, que permite obtener algunos beneficios de la era de la computación. Con poco dinero se pueden adquirir una serie de productos y actitudes superfluas o pseudoartísticas que llenan, aunque sea de modo aparente, las necesidades estéticas de las crecientes masas de población. Objetos, modos de vida ilusorios que, en su mayoría, seducen escudados bajo el fantasma de adquisición de un mayor status, tanto social como vital.

Intentos de acercamiento a lo considerado culturalmente como auténtico, aunque sea por medio de un baño de yeso o plástico, en sustitución de materiales como la madera, los metales o la piedra. Actitudes modélicas ante la vida, que se concretan en la asunción de estereotipos programa-



dos de antemano: cómo ser distinguido, cómo seducir, ser inofensivo o interesante. O bien, cómo llamaremos a nuestros hijos. La onomástica costarricense actual, es un vivo ejemplo de este nuevo condicionamiento cultural. Adiós a los nombres castizos, al gentilicio y a la eufonía y concordancia del idioma castellano. En lugar de María, Irene o Patricia: Karla Vanessa, Jacqueline Yorleny, Lady Karen. En lugar de José, Pedro o Diego: Jhonathan Karl; Eddie Warren, Kristhian Marlon. No solo un nombre sino dos, en estructuras bimembres como diría la semántica. Nada que huelga a español: o bien, se admite en la dualidad bilingüe de Anthony Antonio o William Guillermo. Es el momento del abuso irrisorio. Toda esta actitud colectiva, conformada de antemano, describe un particular estilo de vida, que invade la sociedad costarricense. A lo anterior sumemos la fuerte carga de extranjerismos en la conversación o coloquio, la praxis arquitectónica y decorativa que caracteriza a las viviendas, a los automóviles y la vestimenta, por citar algunos casos. Columnas dóricas, escalinatas romanas, chimeneas en las cercanías de las costas, ropa de invierno polar en temperaturas de 24° C. La lista no termina en esta visión del mundo programado socialmente con el objetivo de estar a la moda, bajo patrones culturales disímiles a nuestras condiciones. Esta visión de mundo se postula mediante un conjunto de mecanismos que se interna-

lizan en los individuos generando hábitos y prácticas en el seno de la vida cotidiana. De ahí el interés por señalar una serie de principios en lo relativo al quehacer de la cultura y el arte popular.

Establecer fundamentos de una teoría estética en nuestros días impone la incorporación de distintas coordenadas que sólo pueden comprenderse a la luz de una perspectiva en vínculo directo con la historia, la sociedad los grupos sociales, las visiones de mundo. En última instancia, con categorías en las cuales subyace siempre una práctica ideológica específica (1)

En el caso concreto de la producción popular o de la producción folklórica, su pertenencia al ámbito del arte, ha sido en gran medida aporte de los trabajos semióticos y antropológicos, al respecto. La antropología sobre todo, ha ido legitimando la relevancia de la pluralidad cultural en la vida de los pueblos; entre ellas, la instancia estética de las proyecciones folklóricas, nunca antes incorporadas a la consabidas "bellas artes".

La importancia asignada, se fundamenta en la presencia continua y resistente de manifestaciones populares, prácticamente desde los inicios de la vida en sociedad.

Comúnmente los productos artísticos populares han sido vistos como inferiores y antepuestos a otros, considerados

verdaderamente artísticos por la crítica dominante.

Este criterio queda prácticamente anulado bajo una perspectiva de análisis en la cual los textos o producciones se consideran prácticas discursivas, poseedores de una doble materialidad: ideológico cultural y lingüístico formal. Es decir, tomar el texto de raíces populares y proponer una lectura del mismo como una práctica ideológica y desde esta perspectiva plantear el estudio de las complejas relaciones que mantiene en ella la ideología con su soporte lingüístico-formal. De esta manera interesaría establecer cómo el arte por un lado puede servir como agente reproductor de la ideología, como agente transformador de la conciencia social, o bien conjugar las dos alternativas. (2) Este planteamiento, bastante genérico, no descartaría ciertas diferencias discursivas, estructurales entre productos folklóricos y otras dimensiones de lo convencionalmente aceptado como arte.

Instancias que a su vez se dan por ejemplo entre el teatro (literatura para ser representada) y el texto-novela (escritura por excelencia)

Dichas diferencias podrían enunciarse así:

- a la obra de autor conocido: anonimato.
- a la obra acabada: obra haciéndose
- a la obra de autor individual: autor comunitario

- al destinatario individual: destinatario colectivo

La estética del folklore además opera sobre un corpus articulado, desde paradigmas transhistóricos, con acontecimientos, personajes, tiempos arquetípicos.

El texto popular se va haciendo en la diacronía de la historia mientras que el texto propuesto por la estética tracional, opera a un nivel más bien sincrónico.

Este carácter disacrónico, dinámico es el que precisamente le da al arte popular su constante apertura y creatividad. Es así como el autor pierde vigencia, el significante se altera, se modifica, no importando la perfección de la proposición.

Bastaría mencionar una copla, cuarteta o cuento tradicional de nuestros pueblos, para señalar el enriquecimiento de los mismos en su trayectoria en manos del pueblo. Se van pues conformando los inagotables repertorios y materiales con que el pueblo expresa su visión del mundo, en el ámbito de la cultura popular.

En este mismo sentido, Gramsci plantea que se ha estudiado al folklore como "concepción de la vida y del mundo" de determinados estratos, en contraposición con otras concepciones oficiales de sectores "cultos" (3).

Desde esta postura, se propone entonces una epistemología estética en la cual, se concibe al arte popular, como una forma de cultura alternativa, con todas las características que la misma implica, y a su vez como una práctica discursiva portadora de la ideología ya sea para reafirmarla o transformarla. En el plano formal, la obra artística se muestra como signo, estructura e índice de valor.

Según la definición usual el signo es una realidad sensible que se relaciona con otra realidad que está destinada a evocar.

El estudio objetivo del producto artístico debe observar el arte como un signo compuesto de un elemento creado por el artista, de una significación depositada en la conciencia colectiva y de una relación con la cosa significada, relación que apunta al contexto total de la conciencia social.

Diversos autores, entre ellos García Canclini, Sánchez Vásquez, Lombardi Satriani, Arnold Hauser, Irene Herner, se han preocupado por establecer criterios ante la gran cantidad de signos que se denominan artísticos y que sin embargo, oscilan desde producciones de masas, populistas, hasta signos de un carácter auténticamente popular.

Néstor García Canclini analiza el proceso artístico mediante la aplicación de un mo-

delo socio-económico en el que se identifican tres momentos: producción, distribución y consumo. A partir de ellos esboza una teoría del hecho estético, concretamente de un arte de liberación, que es lo que a él le interesa. En torno a esta problemática establece tres tipos de producciones: elitista-masas-popular, con base en la realización de las tres fases antes mencionadas (producción, distribución, consumo) (4)

En el "arte elitista" se privilegia el momento de la producción entendida como creación individual, como originalidad de ciertos sectores intelectuales.

Por su parte, el "arte de masas", producido por los grupos dominantes o por especialistas a su servicio, sirve para transmitir ideología y proporcionar ganancias a los dueños de medios. Su centro estaría puesto en la distribución, por razones económicas e ideológicas.

El arte popular finalmente, para García Canclini, sería el producido por los sectores populares o por artistas que se representan sus intereses y objetivos. Pone todo su acento en el consumo no mercantil.

Adolfo Sánchez Vásquez va a considerar categorías bastante semejantes a las de García Canclini, estableciendo un arte de raíces populares, uno de implicaciones populistas (o sobre el pueblo, pero no del pue-

blo) y otro de masas o comercial (5)

Otros autores introducen la categoría "Kitsch" para denominar un arte de masas que se apropia de otras dimensiones del arte para brindar un producto "agradable o bonito" antes que estético. Es una actitud llamada de mal gusto por algunos. Se trata de un pensamiento ético subalterno, de una negación de lo auténtico.

En síntesis, el valor estético se produce en un campo complejo que incluye al artista, la obra, los intermediarios, el público, etc.; así como las relaciones entre ellos, condicionadas a su vez por el aparato ideológico o la conciencia social. En este sentido se debe establecer la relación entre el producto artístico respecto a los demás hechos sociales y establecer de esta manera su incidencia e interdependencia.

De esta manera un análisis sistemático de los signos de creación popular abriría opciones en la contemplación y análisis de la producción artística de un pueblo y relacionar de esta manera su repercusión en el plano mayor de la cultura.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

(1) Las interpretaciones ideológicas tradicionales del arte consisten muchas veces en vincular los contenidos manifiestos de un discurso con las condiciones sociales de su emisión y recepción, muchas veces de una manera mecanicista y no dialéctica. Una somera revisión a la reflexión folklórica de las artes en Occidente, nos ubicaría en el momento en que fundamentalmente surge el interés por los productos estéticos populares por parte de la teoría del arte.

La discusión se inicia con Platón en el Banquete-República-Fedro. Su reflexión determina como objeto artístico a las artes visuales (pintura- escultura-arquitectura), artes literarias y artes con invención musical danza -canto).

Las une como "Bellas Artes" la destreza, el concepto de imitación. Lo creado es imitación de arquetipos o formas.

También la imitación en el sentido de formas eternas y opuesto a la mera opinión.

Por su parte Aristóteles elabora una poética con base en los conceptos de creación, imitación y catarsis, elementos estructurales del arte.

Kant justifica los juicios de belleza con momentos del cuadro de categorías por él propuestas: relación, cantidad, cualidad, movilidad. En el Romanticismo también se han planteado paradigmas al respecto. Sin olvidar en el realismo la figura de Tolstoi y sus reflexiones sobre lo social en el arte.

En el siglo XX la figura de Benedetto Croce tendrá singular importancia con su teoría de "intuición", "expresión".

Asimismo los enfoques semióticos, los primeros preocupados en distinguir rasgos del discurso artístico frente al científico y más adelante incorporando otras opciones del conocimiento, entre ellos la importancia de la ideología en el hecho artístico. Además en este siglo, las concepciones materialistas, psicoanalista y estructuralista que desembocarán, con los aportes de la Antropología, la Sociología y la Economía en las consideraciones entre ideología y la producción artística.

(2) Perus, Françoise. Historia y crítica literaria (Ed. Casa de las Américas, Cuba, 1982) PP 11-17.

(3) Gramsci ANTONIO. Introducción a la historia del arte. (Ed. Guadarrama, Madrid, 1969) P 61

(4) García Canclini, Néstor. Arte popular y sociedad en América Latina. (Ed. Grijalbo, México, 1977) PP 73-77.

(5) Sánchez Vásquez, Adolfo. "El arte verdaderamente popular" en Las ideas estéticas de Marx (Ed. Era, México, 1977) PP 263-276.