

Uso de símbolos ancestrales indígenas en la producción de contenidos persuasivos: análisis del caso Yololo

Guadalupe María Vernimmen Aguirre¹, Carlos Samaniego Torres²,
Brenda Miroslava Carrión Ramírez³, Gustavo Cosme Rennella Maridueña⁴,

Fecha de recepción:
30 de julio, 2019

Fecha de aprobación:
23 de septiembre, 2019

Resumen

El artículo estudia el caso del Centro Cultural *Yololo*, lugar que se especializa en la recuperación e interacción de saberes ancestrales y tradicionales indígenas desde la espiritualidad. En este sentido, destaca el análisis dinámico de la comunicación analógica y digital del lugar, así como el uso de los símbolos atávicos que aportan a los contenidos, cómo y de qué manera son comprendidos, tomando en consideración los espacios de interacción y diálogo intercultural. Desde una perspectiva interdisciplinaria y por medio de los resultados de una etno metodología correspondiente a una investigación exploratoria, se estudia los significados que otorgan validez social a las prácticas de espiritualidad y salud para la creación, re-inención y negociación de identidades sociales.

Palabras clave: Comunicación, cultura, identidad cultural, contenido.

Abstract

The article studies the case of the *Yololo* Cultural Center, a place that specializes in the recovery and interaction of indigenous ancestral and traditional knowledge from spirituality. In this sense, the dynamic analysis of the analog and digital communication of the place stands out, as well as the use of atavistic symbols that contribute to the contents, how and in what way they are understood, taking into account the spaces of interaction and intercultural dialogue. From an interdisciplinary perspective and through the results of an ethnomethodology corresponding to an exploratory investigation, the meanings that grant social validity to spirituality and health practices for the creation, re-invention and negotiation of social identities are studied.

Keywords: Communication, culture, cultural identity, content.

¹Gestión de Investigación, Facultad de Comunicación Social, Carrera de Publicidad. Universidad de Guayaquil. Guadalupe.vernimmena@ug.edu.ec

²Coordinador de Gestión Social del Conocimiento. Facultad de Comunicación Social, Carrera de Comunicación Social. Universidad de Guayaquil. Carlos.samaniegot@ug.edu.ec

³Facultad de Comunicación, Carrera de Comunicación. Universidad de Guayaquil. Brenda.carriornr@ug.edu.ec

⁴Facultad de Comunicación, Carrera de Comunicación. Universidad de Guayaquil. Gustavo.renellama@ug.edu.ec

Introducción

Yololo Chicomoztoc Teocalli, en lengua Náhuatl significa *las siete líneas del corazón en la casa de la creación*, es un espacio considerado templo del Fuego Sagrado de Itzachilatlan. Fue creado en Chongón en el año 1998. Este lugar parte del sincretismo o interculturalidad, hacia la integración de dogmas, creencias, religiones, tradiciones ancestrales, considerando temas como la salud, la sanación, el desarrollo y el bienestar humano. Además promueve actividades relacionadas con el arte y la cultura, en función del desarrollo social.

En Yololo se apuesta por la integración de saberes y conocimientos alrededor de la salud. Con ello, la tradición indígena –comprendida más como ritual o tradición que como *religión mística*– apela a imágenes que tejen una trama de significaciones del *arte mexicana*. Según occidente un *continuum* “articulado con los diversos sistemas simbólicos derivados de la religión: sistema numérico, sistema calendárico, sistema cromático, sistema nominal de personas y lugares” (Amador, 2006, p. 31). Estas prácticas ratifican el sentido de pertenencia al considerar que el público asistente de Yololo, prefiere una experiencia espiritual y religiosa multicultural, integradora de saberes, conocimientos e intercultural. Para Sanjinés (2006), la utilidad reside en permitir espacios de diálogo e intercambio, experiencias de salud y bienestar diversas e integradas, sea cual fuera el sistema cultural al que se adhiera, sin definir preferencias por rituales orquestales o de tradición escrituraria, pues con cierta regularidad, estos se encuentran vinculados.

Desde los inicios de la antropología social y cultural, y situándonos en los estudios etnográficos, las nociones de cultura, etimológicamente, por el préstamo de su

raíz lingüística, han compartido significado con palabras como: civilización, cultivo, culto, colonia, agricultura. Vale aclarar, que a lo largo de la historia, casi siempre las concepciones de la cultura han sido excluyentes o discriminatorias a la diferencia cultural. En palabras de Esterman, “a partir del siglo XVI, ha formado el paradigma de lo que viene a ser el occidente centrismo y la asimetría persistente entre el mundo *colonizador* (llamado también *Primer Mundo*) y el mundo *colonizado* (*Tercer Mundo*) (2014, p. 3).

En la Declaración Universal de la UNESCO (2001) sobre la Diversidad Cultural, se define a la cultura como un conjunto o agrupación de:

Rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social, (...) [e incluye] además de las artes y las letras, los modos de vida, las formas de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias.

Este punto merece una aclaración: la cultura no es un sistema cerrado ya que esto perdería de vista la posibilidad de entender las conexiones multidireccionales, y mediante el diálogo, los posibles espacios de interacción. Como menciona Eagleton “las culturas no son arbitrarias ni están totalmente determinadas y cerradas” (citado en Amador, 2008, p. 22). La condición cultural, no sería pues, una categoría inerte a analizar, por lo que de ningún modo lo son las identidades sociales de los suscritos a estas prácticas religiosas y rituales ancestrales.

Es por esta razón que se considera la cultura como una construcción simbólica dispuesta al intercambio; mediada y materializada a través del lenguaje, el arte, los mitos, la ciencia y la magia; ámbitos que las personas

comparten para otorgar significados (Amador, 2008). Por lo tanto, procede enmarcar las nociones sobre la cultura como una ciencia interpretativa apoyada en el análisis de símbolos, a través de los cuales las personas se comunican, tejen relaciones, expresan su manera de pensar y ser en la sociedad.

La presente investigación se desarrolla a partir del diseño no experimental exploratorio, escogido por cuanto se estudió al fenómeno en su ambiente natural, esto es los rituales ancestrales, tradiciones y creencias, sistema de valores y modos de vida; todo ello en la integración de saberes y conocimientos alrededor de la salud, la sanación y el desarrollo y el bienestar humano ancestral. Mediante el proceso de descripción se explica y describe claramente el fenómeno suscitado en el centro cultural *Yololo*. A partir de lo cual se define la incidencia de la producción de contenidos persuasivos a través de los símbolos atávicos indígenas. Al ser una investigación de tipo cualitativa se obtuvo datos no cuantificables que permitieron el análisis de cada uno de los símbolos representados en las prácticas habituales de *Yololo*.

Desarrollo

Concepciones y prejuicios

La cultura está referida, entre otras cosas, a la conducta, a comportamientos y a maneras de actuar de los individuos o colectivos. Cultura también significa sentidos cuando nos referimos a las tradiciones, la recreación de un mito, liturgia o una práctica ceremonial que por la búsqueda de determinados efectos está cargada de significados y significantes, y tienen un efecto en el conglomerado social, desde las creencias (modernas, ideológicas, mitológicas, entre otras). De ahí que, en función de la cultura “cada persona

va forjando su propia identidad cultural y su forma de ver el mundo, conocida también como cosmovisión” (García, Alonso y Diez, 2015, p. 36).

Sin duda, la cultura responde a un esquema de significaciones construidos a lo largo del tiempo donde suceden concepciones heredadas y generacionalmente transmitidas. Agrega Geertz que “los símbolos sagrados tienen la función de sintetizar el *ethos* de un pueblo” (2003, p. 89), así los hombres han comunicado y perpetuado una serie de símbolos que cargan de conocimientos y actitudes frente a las formas de entender y relacionarse con el mundo, a sabiendas de que los términos como cultura, identidad y símbolo se han usado para designar a un cúmulo de sentidos materiales e inmateriales, a lo largo de la historia.

En este punto, vale mencionar que durante las entrevistas en profundidad realizadas a visitantes de *Yololo*, centro cultural, expresaron prejuicios al identificar y relacionar las prácticas del *shamanismo* con brujería, debido a que en clave decolonial, se establece una fractura con los propios sistemas de creencia y procesos de enculturación, principalmente de herencia judeo-cristiana, donde los espacios indigenistas se clasifican como no-lugares o espacios de la resistencia. Es por lo tanto urgente, reducir la ambigüedad alrededor de la temática *salud ancestral* y aclarar el *shamanismo*, muchas veces cargado de connotaciones contraproducentes por el misticismo que se teje en el imaginario colectivo. Siendo de esta manera, lo ancestral y shamánico se traduciría al contacto con lo natural, con la salud conseguida desde el uso de plantas medicinales.

Para Watzlawick, Beavin y Jackson, hay que volcarse hacia el metalenguaje a nivel de contenido, y se debe prestar atención al

contexto porque los símbolos “carecerían de sentido a menos que el emisor y el receptor se hubieran puesto de acuerdo de antemano con respecto a su significado” (1991, p. 9). Por lo tanto, es posible identificar que en el mundo andino los contenidos no son lineales, ni unidireccionales sino circulares. Es decir, el tiempo no es lineal, lo femenino y lo masculino tiene connotaciones variadas. Normalmente la comunicación de los saberes ancestrales carga con valores de lo oculto, lo misterioso y está alejado de los valores civilizatorios socialmente aceptados.

Paradójicamente, al mismo tiempo se reconoce, que los discursos de interculturalidad tienen un peso neurálgico en los discursos a favor de los derechos culturales colectivos. Es así que, la interculturalidad se ha convertido en el eje central de la comunicación actual. Consecuentemente, la inclusión social es el sello de diferentes marcas comerciales, discursos políticos y campañas de responsabilidad social. En este orden, urge plantear lo indicado como un deber de las sociedades actuales en pro de la participación y la inclusión social de la otredad social y cultural, ya no sólo como apariencia.

Por su parte, los símbolos cargan de significación y permiten la configuración constante de identidades. En este sentido, la imagen –según Amador– se ha vuelto “un espacio simbólico portador de unas nociones visuales, iconográficas, temáticas y religiosas que suponen una compleja cosmovisión” (2008, pp. 36-37). De allí que Yololo busque incorporar en clave intercultural, a las distintas prácticas religiosas y espirituales que otorgan sentido y validez social a temas relacionados con la salud, la sanación y el desarrollo personal, desde distintos contextos culturales. Por ello, centra su atención en experiencias

personales y comunitarias: discursos y prácticas que al encontrarse en diálogo con culturas otras, podrían legitimar los diferentes espectros de la vida social humana, y las prácticas que están presentes para el cuidado, el mantenimiento y la recuperación del bienestar humano.

En contraste con lo occidental, Estermann (2014), afirma que en occidente prevalece la razón, el *logos*, a través de la palabra (entramado de signos lingüísticos), en cambio, desde la concepción indígena se comprende la realidad por medio de lo sensorial, una manera distinta, aunque igualmente compleja de dar significado al mundo que rodea. Ninguna cultura es mejor que otra, ni son diametralmente opuestas, pues la realidad simbólica está compuesta por una serie de significados comprendidos, compartidos y negociados.

Desde la cosmovisión indígena, no hay separación entre cultura y naturaleza. De allí valores e imágenes tan ampliamente reconocidas como la sacralidad de la mujer: su vientre en tanto símbolo cultural y contenedor de vida, relacionado a la naturaleza. “El arquetipo de la mujer que expresa, libre y gozosa, su sexualidad. Es la tierra en su madurez” (Reyes, 2008, p. 233). Algunos símbolos universales, sugiere Ricoeur, son: la tierra fértil, abundancia vegetal, los exuberantes rebaños, fecundidad del vientre de una mujer (citado en Amador, 2008). Todo ello, relacionado con la trascendencia y la divinidad. En suma, según el modelo socio-cultural de la comunicación se pueden encontrar algunas respuestas que permiten sensibilizar al ser humano hacia prácticas relacionadas con el quehacer cultural de los pueblos indígenas en la búsqueda de nuevos horizontes epistemológicos. En la instrumentalidad de la cultura, representada en danzas, rituales

e historias, se puede materializar la cultura, independientemente del nombre con el que se designe a Dios.

Ya es conocida la tesis de Dominique Wolton (2010) en contra de la *ideología tecnológica*, y en efecto se busca “una visión más humana en donde lo central [sea] respetar la diversidad cultural y tener en cuenta que detrás de la tecnología hay hombres y mujeres con pensamientos diversos”. Es por tanto, el deber de toda sociedad impulsar plataformas que permitan el contacto con saberes ancestrales, a partir de la configuración de redes de intercambio, integración y reconocimiento de prácticas de la salud, la sanación y el desarrollo; y el bienestar humano.

La comunidad digital Yololo

La comunicación permite estrechar vínculos y relaciones humanas. El diálogo entre culturas es una propuesta epistemológica y metodológica que emerge cada vez con más fuerza en sociedades democráticas. Desde las interacciones cotidianas en redes sociales se llega a compartir contenido y la tecnología une a la gente en espacios emotivos desde el *storytelling*.

En este contexto, se apostó por la imagen institucional de Yololo a través de *facebook*, por ser la red social más extendida. La imagen del santuario y centro cultural Yololo, ha atravesado por tres cambios de diseño de isologo con la finalidad de conseguir mejoras en la comunicación de la marca, mediante el diseño de imagen y de las publicaciones en la red social: eventos convocados, interacción con usuarios, línea gráfica, generación de contenidos, entre otros aspectos a detallar para los fines de esta monografía.

El logotipo original de Yololo (figura 1), está compuesto por una Chacana o cruz andina, símbolo recurrente en las culturas originarias de los Andes. Su forma es la de una cruz cuadrada con doce puntas que sugiere una pirámide con escaleras a los cuatro costados y centro circular, quedando de manifiesto las siete direcciones a las que se refiere su nombre original en náhuatl: norte, sur, este, oeste, el cielo, la tierra, y el corazón –del pueblo–. También significa la unión entre lo bajo y lo alto, el ser humano terrenal y un ser superior celestial. La Chakana pues, se comprende ya no sólo como un concepto arquitectónico o geométrico, resultante de la observación astronómica, sino que toma



Figura 1. Yololo Chicomoztoc Teocalli – Isotipo.
Fuente: Yololo Chicomoztoc Teocalli.

el significado de *escalera hacia lo más elevado*.

No obstante, con la finalidad de acercar a los usuarios, visitantes o suscriptores de la página, a una imagen más familiar, se creó una nueva versión (figura 2), simplificando y removiendo el exceso de elementos dentro de la figura principal, variando los tonos y rodeando la Chakana con el color morado, que para la tradición del Fuego Sagrado de Itzachilatlan (FSI) representa al corazón del pueblo. Además, se cambió la tipografía para acercarla un poco más a la idea preconcebida de cómo debería ser una tipografía tribal, sin serlo.

Como Yololo significa corazón en idioma Náhuatl, el equipo de comunicación decidió simplificar una vez más el imago tipo (figura 3) para crear un signo distintivo altamente reconocible que con el pasar del tiempo y la propagación de la marca, pueda dejarse en un logo que se explique solo: un corazón. Para ello, se decidió dotarlo de mayor identidad como marca comercial (figura 4), tomando como referencia la ceremonia de mayor asistencia y continuidad: el temazcal, a la cual ingresan piedras volcánicas que son calentadas en fuego para evaporar el agua dentro de un sitio cerrado. La creencia alrededor de las piedras volcánicas es que se las considera los primeros habitantes de la tierra y por eso son llamadas abuelas. Por este motivo, se apostó por un corazón de piedra de color rojo, lleno de ángulos, figuras geométricas que le otorgan variantes al color rojo. Se acompañó de una tipografía de fácil legibilidad y de estética zen para conectarlo a los movimientos de bienestar personal. En la creación de contenido persuasivo y de identidad, se procedió a homologar la presencia de la misma en redes, cambiando el nombre del usuario a *@yololofsi*, en *Facebook*, *Instagram* y *Twitter*. De



Figura 2. Yololo Chicomoztoc Teocalli - Modificación de Isotipo.
Fuente: Yololo Chicomoztoc Teocalli.



Figura 3. Yololo Chicomoztoc Teocalli - Rediseño, simplificación de Isotipo.
Fuente: Yololo Chicomoztoc Teocalli.



Figura 4. Yololo Chicomoztoc Teocalli - Isotipo Final.
Fuente: Yololo Chicomoztoc Teocalli.

conformidad a esta variante y los resultados obtenidos se procedió a simplificar la marca *Yololo*, así el Santuario conservaría el mismo nombre.

Junto al cambio de identidad, llegó la publicación de contenidos multimediales como: *Facebook live*, videos en *Instagram*, comunicación de actividades con anticipación a través de la creación de eventos, pero también cobertura de actividades realizadas y transmisiones en vivo; todas ellas acompañadas de pauta publicitaria ocasional, orientada a ganar seguidores y asistentes a los eventos.

Estas acciones han redundado en un incremento de seguidores, llegando actualmente a los 4.125 (figura 5). En las estadísticas de Facebook, podemos constatar que a pesar de tener presencia en esta red social desde el 2012, es sólo en el último año que ha escalado en un 300% su cantidad de seguidores y con ello sus interacciones con la página. Este aumento va ligado, en directa proporción, al aumento en la creación de contenido (fotografías, videos, eventos), de manera periódica.

Para hablar del público receptor se procede al análisis de la distribución demográfica de los seguidores de Yololo (figura 5) y la segmentación de sus intereses y gustos en función de su sexo, edad, entre otros indicadores. Por último, el análisis de métricas determina que el 61% de seguidores son hombres, el 90% reside en Ecuador, el 85% vive en el centro urbano más cercano que es Guayaquil; el grupo principal de seguidores (casi un 30%) tiene entre 18 y 34 años, lo que sugiere que existe poca presencia en el público menor de 18 años. Además, la curva tiende a bajar drásticamente después de los 45 años. Finalmente, se conoce que la hora de mayor audiencia está señalada como los días sábados de 18 a 19 horas, lo que ha sido tomado en cuenta para la publicación de eventos.

La información más compartida en este espacio cultural es el Temazcal; así, los temas que más conversación generan son los que ofrecen algún tipo de contenido, por ejemplo: *Lunes de Temazcal* (893); *Se dice que cuando el padre jesuita Fray Bernabé Cobo probó la medicina* (858); *Bienvenidos todos a celebrar el solsticio y fiesta del sol*

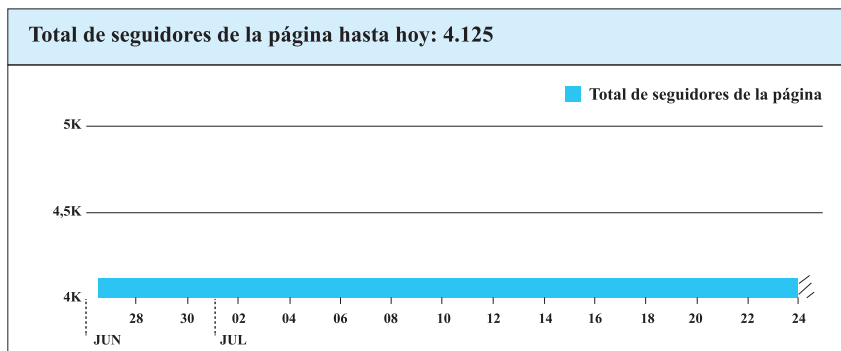


Figura 5. Evolución de seguidores en página de Facebook de Yololo Chicomoztoc Teocalli.

Fuente: Yololo Chicomoztoc Teocalli.



Figura 6. Muestra resultados seguidores en Facebook Yololo Chicomoztoc Teocalli.

Fuente: Yololo Chicomoztoc Teocalli.

(767); *Ceremonia de medicina y Temazcal al amanecer* (559). Los números junto a cada tema representan a las personas que fueron alcanzadas con un anuncio en *Facebook*.

Discusión de resultados

La cultura produce marcos de interpretación de sentidos sociales que permiten el encuentro de prácticas ancestrales, desde la oralidad de los rincones étnicos, hasta asociaciones comunitarias (religiosas, espirituales) que rompen con las brechas digitales a través de comunidades virtuales. Dada las condiciones, Ecuador es un espacio pluricultural y multiétnico.

No obstante, emerge con urgencia la búsqueda por el reconocimiento de la diversidad social y cultural para el desarrollo de propuestas de políticas culturales

que permitan la interacción y el diálogo, que desde el Estado se pueden impulsar mediante políticas públicas para enfrentar democráticamente las contradicciones.

La Constitución ecuatoriana de 1998, en el capítulo 5, art. 83 incorporó y reconoció 15 derechos de los colectivos, las nacionalidades indígenas y pueblos afroecuatorianos para mantener y fortalecer las identidades y tradiciones ancestrales. Específicamente el punto 12 indica que tienen derecho a fortalecer prácticas de medicina tradicional, “incluido el derecho a la protección de los lugares y rituales sagrados, plantas, animales, minerales y ecosistemas de interés vital”. Luego, en la Constitución ecuatoriana de 2008, el artículo 57 del capítulo IV señala en el punto 12 sobre los mismos derechos colectivos, el reconocimiento y garantía del fortalecimiento de las identidades culturales

sobre “sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los rituales y lugares sagrados”. Se requieren políticas públicas, para transformar en diálogo las prácticas y actividades culturales ancestrales, y así, al fin, que los interculturales ya no sólo sean los negros e indígenas.

En consideración a lo indicado, el Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, en el art. 1 señala con claridad que éste:

Tiene por objeto normar (...) Saberes Ancestrales previstos en la Constitución de la República del Ecuador (...) con la finalidad de establecer un marco legal en el que se estructure la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación.

Así, el art. 3 indica “proteger y precautelar los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades sobre sus conocimientos tradicionales y saberes ancestrales relacionados a la biodiversidad; y evitar la apropiación indebida de la biodiversidad y los conocimientos tradicionales asociados a esta”. Por ello, es el Estado responsable de implementar nuevos modos de comunicación en el las imágenes no sean de interpretación ridícula de las culturas ancestrales, y estas puedan significar cercanía y similitud con la otredad. En suma, que el discurso sea atractivo y merecedor para todos los grupos objetivos y sociales interesados en buscar, mantener o recuperar la salud a nivel emocional, físico o espiritual.

Conclusión

Es menester de toda sociedad impulsar plataformas que permitan el contacto con saberes ancestrales a partir de la configuración de redes de intercambio,

integración y reconocimiento de prácticas de la salud, la sanación, el desarrollo y el bienestar humano. Dado que el Estado ecuatoriano cuenta con leyes, que de alguna manera protegen la diversidad cultural, se debe implementar nuevos modos de comunicación en donde el discurso resulte atractivo y merecedor para todos los adoptantes objetivos y actores sociales.

Referencias

- Amador, J. (mayo-agosto, 2008). Conceptos Básicos para una Teoría Antropológica de la Comunicación. Una aproximación desde la antropología simbólica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 50(203), 13-52. Recuperado de <https://bit.ly/2OTfjdj>
- Amador, J. (enero-abril, 2006). La condición del arte. Entre lo sagrado y lo profano. Apuntes de sociología y antropología del arte. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 48(196), 27-53. Recuperado de <https://bit.ly/2R2BAIm>
- Asamblea Nacional. (2016). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*. Registro Oficial No. 899, 9 de diciembre de 2016. Recuperado de <https://bit.ly/2Y0dobc>
- Estermann, J. (2014). Colonialidad, descolonización e interculturalidad. Apuntes desde la Filosofía Intercultural. *Polis Revista Latinoamericana*, 38, 1-18. Recuperado de <https://bit.ly/33sGalP>
- García, C., Alonso, C., y Diez, C. (2015). Etnoeducación 2.0: Una Oportunidad de Innovación Educativa. *Scientific Journal on Intercultural Studies*, 1(1), 32-53. doi: <http://dx.doi.org/10.17583/recei.2015.1243>

Geertz, C. (1973/septiembre, 2003). *La Interpretación de las Culturas*. Recuperado de <https://bit.ly/37MwG8k>

Reyes, L. (2008). *El pensamiento Indígena en América. Los antiguos andinos, mayas y nahuas*. Recuperado de <https://bit.ly/37L6wCT>

Sanjinés, J. (2006). *Mestizaje en vilo* [Ponencia]. XIV Conferencia de la Academia de la Latinidad: Desarrollo e Interculturalidad. Diferencias e Imaginarios de la Nación en el Mundo Andino, Quito, Ecuador, pp. 21-23.

UNESCO. (2 de noviembre, 2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Recuperado de <https://bit.ly/2DsBQZk>

Watzlawick, P., Beavin, J. y Jackson, D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, España: Editorial Herder.

Wolton, D. (2010). *Informar no es Comunicar. Contra la Ideología Tecnológica*. Barcelona, España: Editorial Gedisa

Para citar este artículo utilice el siguiente formato:

Vernimmen, G., Samaniego, C., Carrión, B. y Rennella, G. (julio-octubre de 2019). Uso de símbolos ancestrales indígenas en la producción de contenidos persuasivos: análisis del caso Yololo. *YACHANA, Revista Científica*, 8(2), 27-36.