
*Revivamos la
Ñapanga*

*!Semana Santa
y Carnaval!*

EL DISEÑO

COMO AGENTE DINAMIZADOR
EN LOS PROCESOS CULTURALES

Facultad de Artes

Diseño Gráfico

{ Ariadna Rosero Torres }
{ Cindy Ruiz Diaz }

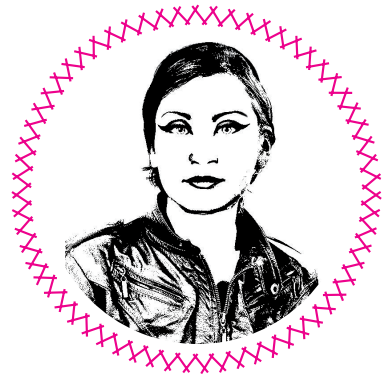
2012-2014

Agradecimientos



A la luz de mi vida, mi mamita Elsa Díaz y mi hermanito Richard Ruíz, por su apoyo incondicional, esfuerzo, compañía y el ánimo que me dieron para seguir adelante en los momentos de lucha, por las sonrisas y los abrazos en los momentos de triunfo, a ellos que son mi motivación, nada de esto habría sido posible si nos los tuviera a mi lado los amo infinitamente.

También quiero agradecer a Ariadna Rosero, mi amiga, hermana, compañera de ruta, por todo lo que crecimos juntas, en lo profesional, personal y espiritualmente, sin ti mi querida ardilla, el logro habría quedado incompleto, y a su familia que también son la mía, porque con ellos comprendí que los amigos, son la familia que uno escoge, infinitas gracias.



A mi papá Eduardo Rosero, mi gran maestro, mi fortaleza y la guía de mi vida. A mi mamita Ana Lucía Torres por enseñarme a perseguir mis sueños y ser mi apoyo incondicional en todo momento. A Mimo, mi confidente y la curandera de mi alma y a mis hermanos Inírida e Inti; con ustedes entendí que la familia es el tesoro más preciado de la vida, porque desde la familia se construyen las bases más sólidas para una mejor sociedad.

A mi amiga y compañera de ruta, Cindy Ruiz porque a pesar de las adversidades nunca desfalleció, por ser la hermana que la vida me dio la posibilidad de escoger.



Índice

9		Presentación	28		Planteamiento metodológico
10		Contextualización	32		Investigación interacción participativa (IIP)
12		Reflexiones del proyecto	33		Plan de medios
14		¿Qué es “Revivamos la ñapanga”?	38		Estrategias de comunicación
16		Etimología	39		Implementación del método propio (IIP)
18		Fundamentación	52		Diseño
20		Objetivos	68		Referentes
22		Presupuestos conceptuales	78		Conclusiones
24		Conceptos de base	81		Bibliografía





● Presentación

Revivamos la ñapanga es un proyecto de investigación interdisciplinario, que surge como respuesta ante la carencia de símbolos de origen popular en la ciudad de Popayán, ya que nuestra ciudad creció bajo los lineamientos de ciudad hidalga, que trajo consigo un desarraigo por los procesos de mestizaje y la cultura popular.

Producto de ello, personajes como la ñapanga, la tradicional mujer de pueblo, se ha ido desdibujando del imaginario de los payaneses.

El proyecto se desarrolló con el fin de lograr obtener una versión más enriquecida del personaje de la ñapanga a partir de la recolección de imágenes físicas e imágenes mentales que los habitantes adultos de Popayán aún conservan del personaje, por lo tanto gran

parte del proyecto se tuvo que realizar mediante estrategias que activaran la tradición oral.

Con frecuencia se asocia al diseño gráfico con la elaboración de piezas gráficas funcionales para la industria y el comercio, sin embargo, este proyecto busca generar conocimiento e investigación en un campo interdisciplinario que satisfaga en alguna medida las búsquedas de identidad cultural de la región.

El rol del diseño dentro del proyecto, fue articular la información depurada del personaje en función del público juvenil proceso que se materializó a través de productos como el editorial, el audiovisual y la marca (entre otros que se especifican más adelante), con el fin de visualizar los resultados de la investigación.



Contextualización

El patrimonio cultural es el legado que por años se ha transmitido de generación en generación, pasando a formar parte de los bienes sociales materiales e inmateriales que se deben atesorar, ya que al conservar y transmitir nuestras tradiciones ayudamos a preservar los símbolos de identidad cultural. Gracias a estos elementos podemos entender de una mejor manera la construcción de una nación (la gente) del siglo XX, además de definir la identidad de un pueblo con sus modos de vida, sus costumbres, sus tradiciones, su lengua, su idiosincrasia y sus creencias.

El proyecto “Revivamos la Ñapanga” es tan sólo una aproximación desde nuestro campo disciplinario al enriquecimiento de la historia de aquellas mujeres mestizas que forjaron la sociedad payanesa desde sus inicios, en campos como los frentes de batalla hasta la artesanía, entre otros; también representa un acto de reivindicación de la identidad popular femenina, la cual ha estado marginada durante mucho tiempo dentro del sistema de organización patriarcal del cual provenimos los colombianos, además el proyecto trata de hacer el respectivo relevo generacional (futuros administradores de las tradiciones -Jovenes), de la informa-

ción recopilada sobre el personaje.

El eje central del proyecto consistió en lograr entretelar la memoria de la comunidad payanesa -principalmente los adultos mayores- en torno al personaje popular femenino de la ñapanga; tomando el rol desde el diseño como mediador y dinamizador cultural.

Dice Magda Velásquez Toro en la Nueva Historia de Colombia “La opresión y discriminación de la mujer es un hecho histórico que traspasa las clases sociales, está presente en una cultura patriarcal y machista que compromete a hombres y mujeres. Tiene manifestaciones particulares en la economía, la política, la vida social, familiar y religiosa”.

Tenemos como finalidad ofrecer un producto de diseño que sirva de consulta y ayude a construir una memoria visual del personaje “la ñapanga”. Dentro de este texto está toda la información estructurada que se logró recolectar en un proceso de investigación, donde figuran la selección de entrevistas más representativas del proyecto, los datos que arrojaron los eventos, gráficas, también hay un display incorporado, el cual nos permite ver y escuchar las memorias correspondientes de los eventos, las fotografías, dibujos, ilustraciones, caricaturas y todo tipo de mate-

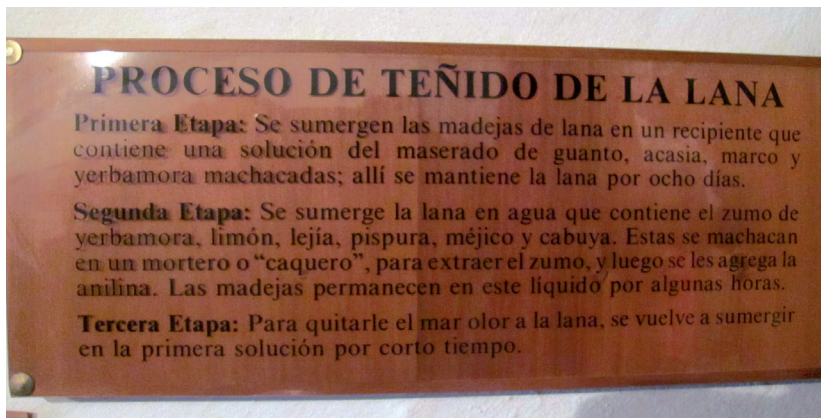
rial gráfico y por último la bibliografía.

El conversatorio fue el primer evento que sirvió como estrategia grupal para la extracción de información sobre la ñapanga en Popayán; acompañado de una exposición donde se mostraban las imágenes más representativas de ñapangas desde la época colonial, para reactivar la memoria y sensibilizar a los asistentes en función de enriquecer las historias que posteriormente ellos narraron, en su mayoría ese trato de adultos mayores.

A partir del conversatorio y por sugerencia del grupo de asistentes, el proyecto pasó de llamarse “Reconstruyamos la ñapanga” a “Revivamos la

ñapanga”, ya que el nombre inicial del proyecto, implicaba una cosificación o reificación del personaje, empobreciéndolo y relegándolo a una figura carente de carga simbólica.

La línea de investigación que se siguió fue un desarrollo en el cual se demuestra la pertinencia que tiene el diseño gráfico dentro de los proyectos de investigación, como planificador de los procesos sistemáticos que se deben seguir para la propuesta de trabajo; aquí el diseño se verá como un planificador, por medio del cual se selecciona la información y se consolidan las estrategias de comunicación, para poder llevarla de una forma eficaz a la comunidad payanesa.



Museo Taminango
Pasto-Nariño



● Reflexiones del proyecto

Podemos recuperar el pasado, pero el mismo no permanece inalterado, porque todo está sujeto a permanente evolución. Debemos admitir que el pasado se interpreta y se resignifica en función del presente, tal como lo plantea Charles Pierce bajo su concepto de semiosis, donde el interpretante puede producir sucesivas interpretaciones en el tiempo, de acuerdo a los cambios históricos (Pierce, 1987:249). Por tanto, debemos recuperar la identidad como elemento primordial dentro de la memoria social de un pueblo.

Dicho procedimiento permite conocer a cabalidad un objeto de estudio, su desarrollo dialéctico y su valor, para poder actuar consecuentemente en la sociedad de signos donde nos movemos (letras, objetos, convenciones, gráficos etc...).

Como diseñadoras gráficas nos dimos cuenta que trabajar con la comunidad es una experiencia que no solamente nos hace más sensibles frente a las problemáticas que diariamente atraviesa nuestra región, sino que también nos vuelve más conscientes para pensar en dichas problemáticas y aportar soluciones desde nuestros campos disciplinares.

“Revivamos la ñapanga”, es un proyecto de diseño que logró hacernos

cambiar la manera de ver los patrimonios culturales; además nos brinda la oportunidad de hacer partícipe a la gente en la producción de nuevas versiones sobre la historia del personaje “la ñapanga”, a partir de datos que a la fecha se desconocían; se va enriqueciendo el conocimientos a través de la información de diversos habitantes recogiendo relatos que habitan en su memoria.

Podemos decir con certeza, que uno de los logros más importante de esta experiencia fue construir la comunicación entre los investigadores y la comunidad payanesa, quienes se tomaron el trabajo de aportar voluntariamente sus memorias al proyecto con varias réplicas durante el proceso, logrando una retroalimentación en pro de la interpretación actual del personaje popular femenino.

A esta altura se logran pequeños niveles de conciencia donde la gente logra comprender a partir de su propia reflexión la relevancia que tienen estos tesoros de información dentro de nuestra sociedad.

Nos satisface poder decir después de la experiencia que se adquirió con la comunidad, que el diseño va mucho más allá de ser el creador de productos

físicos tangibles, porque también puede ser un articulador social, generando aportes cognitivos como gestor cultural y ayudando a la creación de nuevos imaginarios colectivos, que giran en torno a la interpretación que se hace de la historia según el contexto social en el que nos encontremos.



Rueca e hilo
Museo Taminango
Pasto-Nariño



Telar
Museo Taminango
Pasto-Nariño



● ¿Qué es Revivamos la ñapanga?

“Sólo pueden considerarse patrimonio cultural de la nación, aquellos bienes y manifestaciones a los cuales las personas, los grupos, o las instituciones con competencias atribuidas legítimamente, mediante un proceso razonable, reflexivo, transparente, incluso público, les confieren valores o atribuciones de identidad”

“Reconstruyamos la ñapanga” es un proyecto de Diseño Gráfico que se preocupa por la pérdida de los patrimonios culturales, por ello propone a la ñapanga (personaje, femenino, autóctono del Cauca), como patrimonio cultural intangible, creemos con fidelidad que los símbolos que nos rodean deben ser contruidos de manera incluyente y diversa es decir haciendo partícipes a la comunidad; nos interesa fomentar el

sentido de pertenencia hacia los patrimonios culturales intangibles y la responsabilidad social del diseñador frente a la generación de discursos sobre la identidad local; si logramos rescatar la información que permanece estática en las memorias de algunos habitantes de la ciudad y dinamizar para llevarla a los públicos juveniles, lograremos la conservación de este legado que hace parte de nuestra identidad, teniendo la posibilidad de transformarlo y adoptarlos a nuestros modos de vida actuales y transmitirlo a las futuras generaciones.

Nos interesa además ver en acción el rol del diseño dentro de los proyectos de investigación, como agente dinamizador en los procesos culturales, a través de los discursos estéticos que en este proyecto se vieron representados por medio de la imagen.



Vestido de ñapanga
Museo Taminango
Pasto-Nariño

Etimología

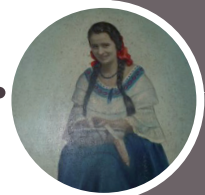
Según el filólogo y lingüista nariñense Eduardo Rosero Pantoja

Variantes dialectales diatónicas



1
Ña

Ñapanga
Popayán



/ñ/

2
Lla

Llapanga
Pasto



/ll/

3
Ya

Yapanga
Quito

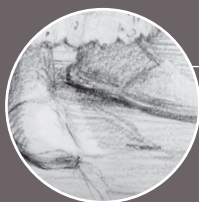


/j/

Ñapanga

llapa : Adjetivo pronominal, "todos; todo; total; todo, toda".

Anku : sustantivo, tendón, del pie, talón.



Según la lengua Quechua:

Descalzo, sin zapatos, significa "Qala chaki" o "kara chaki", lo corrobora el diccionario Runamisi de Cosmovision Andina y el diccionario de Quechua -Runamissi.



Reinterpretación del término

Fue el doctor Arturo Pazos Bastidas quien propuso que ñapanga significara descalzo en su libro "Quechuismos colombianos", publicado en 1961 en Pasto.



Fundamentación

“ El diseño constituye una práctica heterogénea, una profesión plural en la que se conjuntan variantes técnicas, metodológicas, culturales y estilísticas (Chávez, N.) ”

Es importante entender que el diseño avanza día tras día con la evolución de las nuevas tecnologías, además de la exigente demanda que nos rodea, la gente en general piensa, que cuando se desarrolla un proyecto de diseño se tiene como objeto la realización de un producto físico final y que la solución a esas problemáticas necesariamente deben ser gráficas, obviando por completo no solamente el proceso por el cual se llegan a estas soluciones sino obviando la idea de una posible solución cognitiva.

En nuestro caso hacemos un complemento de ambas posturas, tanto la solución instrumentalizada del diseño, sin perder de vista la cognitiva.

Por un lado queda en los asistentes de los diferentes eventos del proyecto, una experiencia que se adquirió mediante un intercambio de saberes que implica un nuevo conocimiento y por otro lado queda el producto de diseño que sirve de consulta para las futuras generaciones.

Desde el diseño hay muchos cami-

nos mediante los cuales se puede dar solución a un problema sin embargo este proceso de diseño no inicia dando solución inmediata desde la gráfica si no estudiando el problema para poder determinar la manera idónea con la cual se dará la solución.

El diseño gráfico se puede proponer nuevas estrategias de activación de la memoria colectiva, más consecuentes a las nuevas prácticas de los consumos culturales.

El diseñador encuentra su rol en los procesos culturales como mediador de la información y agente dinamizador. Nuestro proyecto, inscrito a esta nueva mirada de hacer historia, propone desempolvar los rastros de un personaje popular, para dinamizarlo, compartirlo y hacer una retroalimentación con diversas comunidades generando propuestas desde la comunicación visual que sirvan para activar la memoria y transmitir a través de imágenes y discursos estéticos otras formas de relatos a las nuevas generaciones.

El diseño es una disciplina que cabe perfectamente en la realización de cualquier proyecto de investigación, puesto que es el encargado de producir comunicaciones visuales que afecten el

conocimiento y las actitudes de la gente. Como menciona Jorge Frascara en su libro "Diseño gráfico para la gente". El diseño lastimosamente ha sido mal entendido por mucho tiempo y por eso en ocasiones ha sido mal aplicado; con frecuencia las personas que no saben de diseño y que no conocen, y erran por hacer afirmaciones incorrectas.

Este proyecto además de llevar el mensaje hasta los públicos objetivos, se encargó de programar, proyectar, organizar y seleccionar dicha información, haciéndola visualmente atractiva y sintética; facilitando la comprensión de estos discursos y creando comuni-

caciones visuales más eficientes. Para ello, se hizo necesario un proceso de investigación y contextualización para poder determinar la manera más adecuada de mostrar la información, la solución gráfica que arrojó el proyecto se manifestó en soportes tanto impresos como audiovisual.

El producto editorial parte de la necesidad de dejar una memoria física de consumo lento y mucho más amplia en contenido e imagen, mientras que el audiovisual es una memoria digital de consumo rápido que puede ser masificado fácilmente a través de la viralidad y por diferentes canales de información.



Acuarela
Diario Noguera

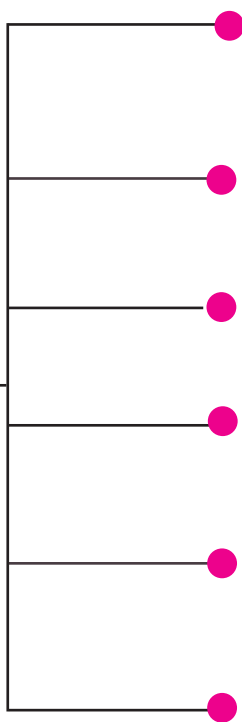


● **Objetivos**

General

» Desarrollar y producir un proyecto de diseño en el cual se articule la información más relevante recolectada sobre el personaje de la ñapanga, para disponerla de manera sintética y comprensible en función de las nuevas generaciones.

Específicos



1

« Investigar y contribuir en la reivindicación de patrimonios culturales intangibles de la región, para menguar en alguna medida el desconocimiento que tiene la población más joven sobre el personaje.

1.1

« Entretener la memoria de la comunidad payanesa -principalmente los adultos mayores- en torno al personaje popular femenino de la ñapanga, tomando el rol desde el diseño como mediador y dinamizador cultural.

2

« Realizar un conversatorio para complementar la información obtenida a través de la academia con la de memoria popular.

2.1

« Hacer una exposición dentro de la coyuntura del conversatorio como herramienta de activación de la memoria en los adultos mayores de Popayán.

3

« Participar desde el diseño en la constitución de identidades locales que contribuyan a reforzar el sentido de pertenencia a nuestro territorio generando acciones que aporten al bienestar y a los intereses de la sociedad.

4

« Generar una estrategia que facilite la difusión del proyecto en los diferentes medios de comunicación, con el fin de convocar a los eventos y evidenciar los resultados.



● Presupuestos conceptuales

» **Icono:** Tomado desde la semiótica es un signo visual que mediante la representación sustituye al objeto por su significación y está perfectamente ligado a la imagen.

» **Jolgorio:** Se refiere a las fiestas que legitima el pueblo; este tipo de ritos se celebran principalmente para mantener algún evento dentro de la memoria colectiva.

» **Tradición:** Se entiende como las dinámicas originadas en la cultura popular que se heredan de generación en generación y en algunos casos son apropiadas por la élite para perdurar en el tiempo.

» **Élite:** Término usado para designar a un grupo reducido de personas, que ejercen un poder superior al resto de la población dentro de una sociedad, ya sea económica, política o culturalmente.

» **Costumbres:** Dinámicas que se originaron en un principio en lo popular, es decir dentro de las clases subalternas

luego se legitiman pasando a formar parte de las clases élite.


» **Discurso:** desde la lingüística se entiende como una exposición que se da de forma oral o escrita y por medio de la cual se argumenta con coherencia y lógica gramatical el tema abordado.

» **Folklore:** Tradición popular constituida por todos los conocimientos del pueblo incluyendo lo que cree, dice y hace.

» **Guangayuyay:** del quechua “entretejer memoria”.

» **Iconografía:** Ciencia que estudia el origen y evolución de las imágenes; es la descripción e interpretación de las temáticas, tratados o colección de las mismas.

» **Intercambio de saberes:** Es la reunión de dos o más personas en un espacio, donde a través del diálogo se genera una transferencia de conocimiento. El requisito primordial para que



se dé un intercambio de conocimientos, consiste en que todos los actores participan y compartan algo desde su saber con el resto.

» **Nación:** Tomado desde la sociología, se refiere al grupo humano que comparte un territorio, una lengua, unas costumbres, unas creencias y una economía común, sin embargo ninguna de las características es imprescindible para que dicho grupo humano se constituya como nación.

» **Nacionalismo:** Al igual que todos los ismos, éste corresponde a una doctrina, movimiento o corriente y por consiguiente se establece mediante la imposición con el fin de preservar las bienes materiales e inmateriales de un país.

» **Tradición oral:** Es la forma en que se transmiten conocimientos, experiencias, tradiciones o información en general por medio de micro relatos, leyendas, cuentos, cantos, su función principal es conservar conocimientos ancestrales que con el tiempo se van perdiendo.

» **Memoria colectiva:** La memoria que comparten varios individuos acerca de un mismo recuerdo.

» **Historiografía:** Es una interpretación del pasado que queda consignada de forma escrita y se entiende como la versión oficial de los hechos. Esta versión no es precisamente una fuente fidedigna del suceso histórico ya que está condicionada a la percepción del sujeto que la escribió.

» **Organización Patriarcal:** Tomado desde la teoría feminista, que en los años 70's lo definen como una organización social primitiva, que generalmente era dominada por un varón; o en un nivel más general, entendido como la dominación masculina en la época primitiva y aún en la moderna donde se oprime y margina al género femenino.

» **Patrimonio cultural:** Se refiere a los bienes materiales e inmateriales que pertenecen a un grupo humano. Este patrimonio se hereda de generación en generación como memoria del

pasado formando parte de la identidad de los pueblos.

» **Referente:** Es la realidad externa que sirve como punto de partida.

» **Saber popular:** representa lo que un pueblo piensa, dice y hace.

» **Sabiduría popular:** Conocimiento de la ciencia y el arte y constituye el objeto de la filosofía; contempla teorías y doctrinas que no están dentro del área de conocimiento del pueblo.

(ver anexo 3)



● Conceptos de base

Los conceptos que abordaremos a continuación, servirán para entender de una mejor manera la relevancia del proyecto, “Revivamos la ñapanga”, se han abordado desde la perspectiva de diferentes autores, nos interesa pro-

blematizar desde el diseño gráfico la pertinencia que este tiene dentro de los procesos culturales y el rol que juega en general dentro de los proyectos de investigación.

»» Diseño

“En el lenguaje visual no hay reglas predeterminadas”

Jorge Frascara / El diseño de comunicación.


Este es el concepto más relevante de todos, no solo por ser diseñadoras y desarrollar el proyecto desde esta perspectiva, sino porque hablaremos del diseño en un sentido mucho más amplio, aquí no solo se involucra el diseño gráfico, estamos hablando también de la importancia del diseño textil, diseño de joyas, diseño de comunicación visual entre otros. Cabe resaltar en una primera instancia que nuestro interés principal no es hacer uso de una terminología especializada, como dice Jorge Frascara en su libro “el diseño de la comunicación visual”.

“El lenguaje visual no tiene glosa-

rios o diccionarios finito, y consecuentemente la dualidad significado/ significante no es aplicable. El intérprete juega un papel más decisivo cuando mira imágenes que cuando lee palabras, y los contextos agregan otro factor de incertidumbre a la posibilidad de planificar un mensaje visual”.

El Diseño ha sido generalmente entendido como el producto físico, sin embargo el proceso por el cual se ha llegado a ese resultado final ha sido completamente ignorado. El término “diseño” ha sido mal aplicado por el desconocimiento que existe sobre su significado, por ello nos encontramos con expresiones como: “los hermosos diseños de telas aborígenes”, cuando en lugar de esto se podría usar términos más apropiados como la ornamentación.

El diseño se ve aplicado en este proyecto de muchas formas, en primer lugar al ser diseñadoras gráficas



somos mediadoras de la información; razón por la cual nuestro objetivo principal no es la creación de formas sino la creación de comunicaciones eficaces a un grupo específico, queremos trabajar en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes que logren afectar el conocimiento que tiene la gente respecto al personaje y para ello es necesario hacer una investigación sobre el tema en el cual se quiere ahondar; en este caso se quiere recuperar y reconstruir la historia de la ñapanga, a través de la gestión de múltiples memorias. Esa información recolectada arroja unos datos que se clasifican según las necesidades, con los cuales se hará una interpretación sobre la información para poder comunicar a la comunidad de una forma comprensible, sin embargo éste proceso no se genera de manera mecánica ya que la riqueza del proyecto se basa en la retroalimentación continua con la gente.

El rol de diseño gráfico entrará a hacer parte en la mediación del mensaje y en su momento se utilizará el canal que resulte más apropiado para poder llegar con eficacia al público objetivo.

Frascara dice que la claridad no se opone a la creatividad en el diseño de

comunicación, la creatividad puede hacer que mensajes complejos sean fácilmente comprensibles y la falta de creatividad puedes hacer que mensajes simples se vuelven incomprensibles.

Identidad

Es importante antes de entrar a definir este concepto dejar claro que existen diferentes clases de identidad, en primera instancia podríamos decir que es el conjunto de rasgos que nos diferencia de otros sujetos, que nos hace únicos e irrepetibles; en un nivel más general podríamos decir que se trata del conjunto de prácticas materiales y simbólicas que tiene una comunidad y las diferencia de otras.

La identidad es el conjunto de códigos o elementos culturales que nos hace parte de un grupo humano y se da de manera personal o grupal, en la primera podemos decir que los individuos de una sociedad logran construir su identidad a partir del reconocimiento que se realiza a través del otro, en cierta medida la identidad de cada individuo es una respuesta a las exi-

gencias que nacen de la interacción que se tiene con el otro, aunque esas características que nos diferencia de los demás individuos, hay otras características que se comparten y por ello hablamos de identidad grupal. En este caso de la identidad grupal nos logramos diferenciar con otras comunidades y en la individual con otros sujetos.

Cultura Popular

“El estudio de la cultura popular, surge como rescate del pasado contrapuesto al presente, en el cual las clases dominantes habían olvidado sus propias raíces”.

A partir del libro *Imaginarios Urbanos y La Cultura Popular* de José Eduardo Rueda Enciso (compilador-editor), se explicará en qué consiste el concepto de cultura popular y porque tiene relevancia dentro de éste proyecto.

De antemano expresamos que esto es tan solo un acercamiento al estudio de la cultura popular desde la mirada del diseñador gráfico, puesto que para poder estudiarla es necesario abordarlo de forma interdisciplinaria.

En primer lugar hemos adoptado




este texto por ser una compilación de 13 autores diferentes (José Arteaga, José Daniel García, Marcos González Pérez, Cecilia Enríquez, Manuel Hernández, Amparo Ibáñez, Oscar Londoño, Eduardo Rueda, Ernesto Salazar, Patricia Téllez, Armando Silva y Miguel Ángel Urrego), que exponen una posición frente al tema y a las problemáticas que dicho término desencadena, al ser una compilación logramos tener una visión más amplia vista desde muchas perspectivas basada en ejemplos reales y vivencias en Colombia.

Según el libro los Imaginarios Urbanos y La Cultura Popular, se entiende como la cultura del pueblo, de las clases subalternas, que tiene un lenguaje distinto y una dinámica propia que responde a sus necesidades, una cosmovisión y socio visión diferente, posee peculiaridades, símbolos de identidad, adecuados mecanismos de operación y control y por consiguiente posee tanto elementos conservadores como contestatarios.

En Colombia la cultura popular puede ser asimilada con la cultura mestiza, por lo cual es mayoritaria y se constituye en el fundamento de la nacionalidad y de la identidad. Sin embargo dado que Colombia es un país de

regiones, la cultura popular adquiere infinidad de formas y manifestaciones acordes con tales complejos, con dos vertientes, lo campesino y lo urbano, esto último más difícil de identificar pues incorpora elementos de la cultura campesina y regional y se diluye con la cultura de masas.

Hablando dentro de nuestro contexto podemos decir que; la cultura popular es un término que se le acuña al pueblo colombiano, sin embargo las costumbres se llevan a cabo según la región, es decir la mayor parte del pueblo colombiano es mestizo, es una cultura que ha adoptado ciertas formas de vida, ciertas costumbres, pero dichas formas de vida cambian según cada región en la cual se habita, tomemos como ejemplo la ciudad de Popayán donde una de las celebraciones más importantes del año es la Semana Santa; es una semana en la cual se realizan una serie de actividades de índole religioso, la mayoría de payaneses tiene una forma de vida, de costumbres, de creencias, que difieren a las que tienen habitantes de otras regiones como Cali o Medellín o Bogotá, esto se puede ver reflejado en sus actividades como ceremonias, supersticiones, fetichismos, arte y tradiciones.



La razón por la cual este concepto es parte fundamental del proyecto Reconstruyamos La Ñapanga, es porque dicho personaje es parte de la cultura popular que se construyó dentro de determinadas comunidades, por eso es necesario conocer su historia y el contexto en el que nació y se resignificó dejando de ser un personaje popular para convertirse en una rancia tradición. Si estudiamos nuestra historia, recuperamos nuestra memoria, si recuperamos nuestra memoria nos reconocemos a nosotros mismos y de esta forma podemos adoptar éste personaje como un símbolo de identidad pero seremos nosotros mismos quienes hagamos una construcción social colectiva para no tener que adoptar más símbolos impuestos.

Entraremos a estudiar los tipos de reconstrucción, existen tres tipos de reconstrucción de la memoria, el primero es la reconstrucción subjetiva, que se desarrolla a partir de los testimonios de aquellos que vivieron experiencias (informante directo), la segunda la reconstrucción objetiva se desarrolla a partir de las universidades y centros académicos de investigación y la tercera es la reconstrucción jurídica la cual se desarrolla a partir de to-

dos los expedientes; en este proyecto de diseño se intentará hacer una reconstrucción subjetiva no sólo porque los escasos datos históricos sobre La Ñapanga, sino porque a partir del acercamiento con la comunidad se logra tener una sensibilización e interacción frente al tema. No es lo mismo estudiar las mentalidades que estudiar los imaginarios colectivos, ambos temas están muy ligados pero no debemos olvidar que en una misma época y en un mismo espacio se puede dar la coexistencia de múltiples mentalidades, tal coexistencia es lo que nos permite la unidad y la diversidad de la misma, su dinámica interna, el conflicto y el cambio, la cultura popular es así lo universal y las mentalidades populares lo particular esto nos permite tener una visión diferente de mundo y de la vida que la caracteriza.



Planteamiento metodológico

Investigación-Acción- Participativa

El proyecto Revivamos la ñapanga es una forma de proponer un personaje popular femenino para que recupere el espacio que durante años le ha sido usurpado por tantos símbolos impuestos por la clase social que ha concentrado el poder en la ciudad de Popayán.

Para poder generar un cambio sobre estas ideas tan arraigadas a los imaginarios de la comunidad payanesa, fue vital entrar a conocer la realidad del territorio, la forma más práctica que encontramos fue aplicando la metodología de Investigación Acción Participativa (IAP).


Esta metodología tiene por objeto hacer una producción sobre un conocimiento que se pueda transformar a través de procesos, donde se debate el objeto de estudio desde varias perspectivas y que la comunidad con la que se ha trabajado logre llegar a reflexiones y retroalimentaciones continuas para generar finalmente como resultado algún grado de transformación social respecto al tema de la investigación.

Sin embargo en el desarrollo del proyecto, fue preciso ajustar la metodología IAP a las necesidades propias de la investigación, ya que pretender cambiar una realidad social con este proyecto consistía en un reto demasiado ambicioso para el tiempo establecido; por lo tanto

nuestro método consistió en afectar los imaginarios de nuestro público objetivo desde la dinámica que decidimos llamar Investigación-interacción-participativa.

Es importante entender que el proceso de IAP no concluye con la producción de conocimientos, sino que pretende actuar frente a las realidades sociales, teniendo en cuenta para su transformación la voz de los actores, implica hacer realidad el derecho de todos a ser Sujetos de historia, o sea sujetos de procesos específicos, en pocas palabras en la idea de inclusión de la comunidad en el proceso.

La meta es que la comunidad vaya siendo la autogestora del proceso, apropiándose de él y proponiendo nuevas alternativas desde su saber dentro de la cotidianidad. Hablamos de objetivar la realidad en una dinámica de investigación que surge y se desarrolla como proceso en la complementariedad permanente de distintos saberes—el saber técnico (la academia), el saber cotidiano (la comunidad, es decir los actores sociales). En este sentido, podríamos referirnos a una construcción dialéctica del saber que parte de considerar al objeto a investigar como sujeto (protagonista de la investigación) y a la finalidad de la investigación como transformación social.



Este tipo de construcción, enmarcada en un proceso de investigación colectivo, genera como síntesis dinámica un nuevo conocimiento científico sobre una situación problemática determinada.

Para el desarrollo del proyecto Revivamos la ñapanga se estableció un cronograma de trabajo el cual no transcurrió de forma lineal, algunos procesos se dieron simultáneos a otros. Fue de gran ayuda para darle un ordenamiento al proyecto y establecer finalmente con ayuda de la gente las soluciones más idóneas no sólo desde lo teórico práctico, sino desde el rol del diseño el cual jugó un papel fundamental en el proceso pero sobre todo para la elaboración del producto final.

La Metodología Investigación-Acción Participativa plantea unos claros parámetros sobre el aporte del saber popular. Esta forma de investigación implica desarrollar una serie de competencias comunicativas que están muy alejadas de la investigación tradicional que resuelve problemas metodológicos en el sentido de la experimentación instrumentalista.

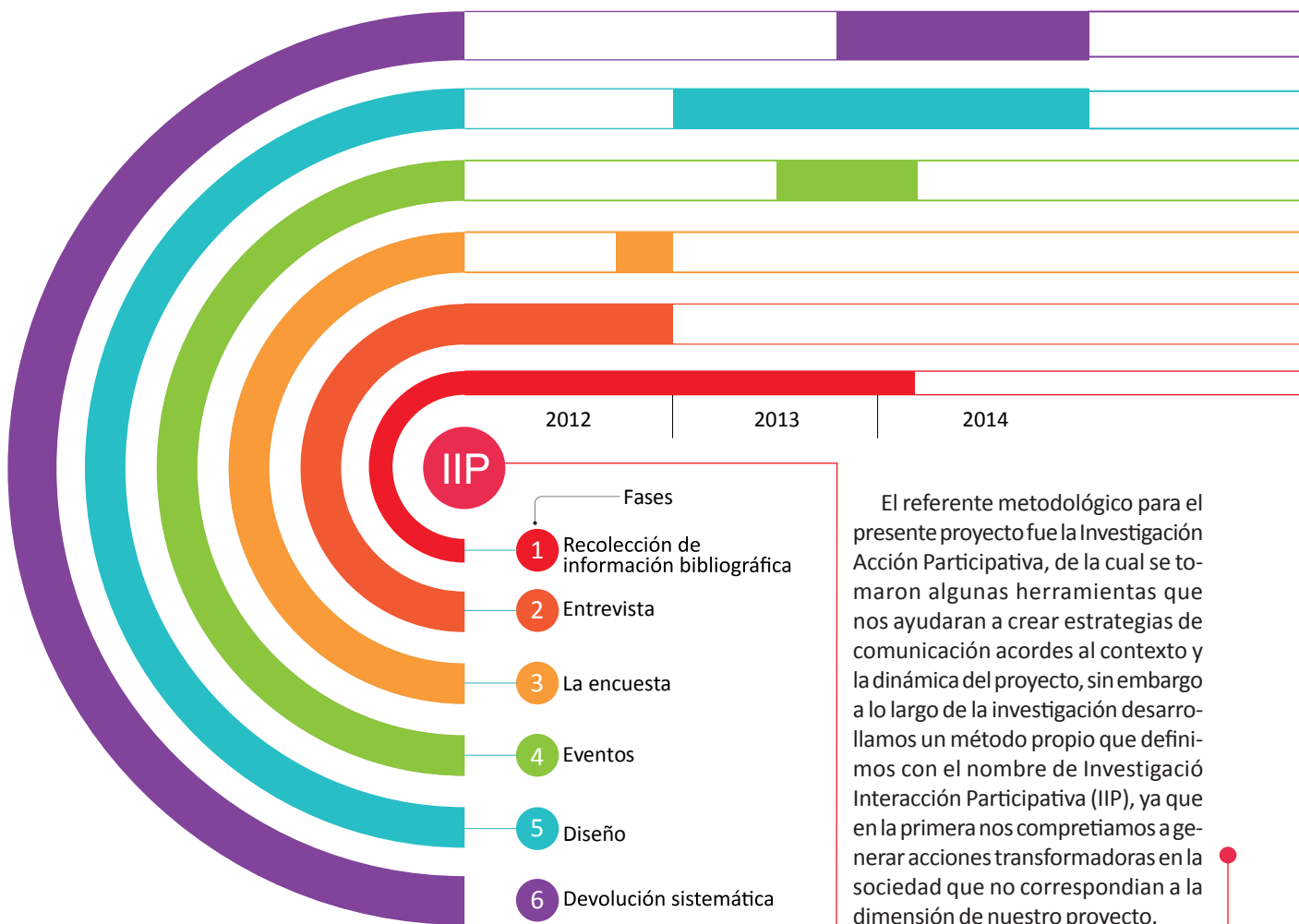
Las enseñanzas que abandera este tipo de metodología, son bastante sencillas, consecuentes y racionales y van desde promover la autenticidad,

el compromiso, el antidogmatismo, la devolución sistemática, el reflujo a intelectuales orgánicos, la reflexión-acción, la ciencia modesta y las técnicas dialógicas, con el fin de generar una dinámica que construya conocimiento en conjunto y que elimine la capa de misticismo con que se tapa con frecuencia el investigador.

En el caso del proyecto Revivamos la ñapanga, el acercamiento con la comunidad en la ciudad de Popayán fue clave para generar un canal de comunicación directo, que logró eliminar las barreras del lenguaje que con frecuencia surgen cuando el investigador se presenta frente a la comunidad como un ser omnisciente que sólo tiene para difundir la solución, versión o información “correcta”.

El antidogmatismo fue una de las claves para poder desarrollar el proyecto, ya que permitió una instancia mediadora entre la teoría y los aportes del saber popular que se nos presentan como la historia viva.

Se llama devolución sistemática a la devolución que se le hace a la comunidad de manera sencilla, ordenada y sin ningún tipo de arrogancia intelectual, con el fin de contribuir en la formación de conocimientos a nivel popular.

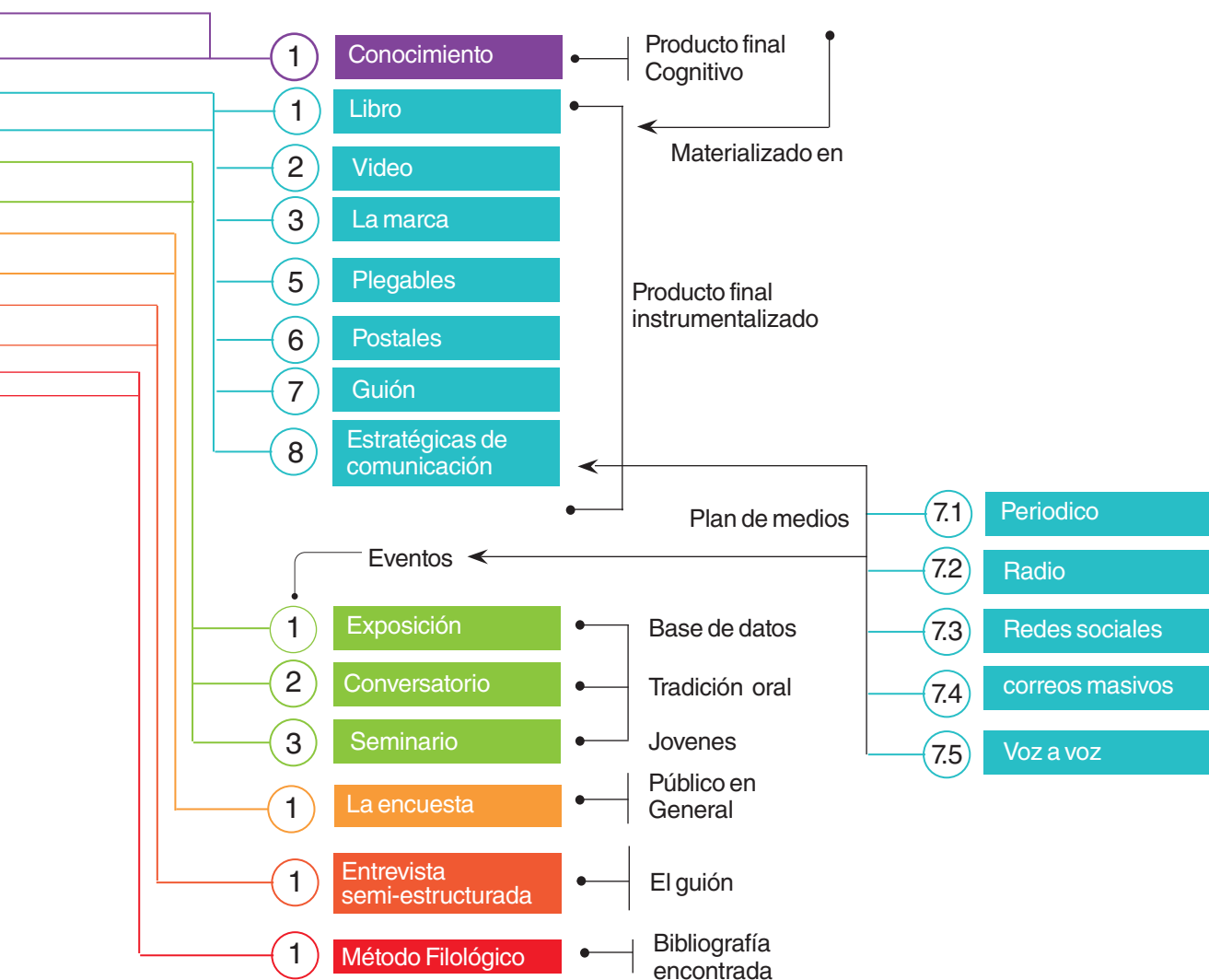



IIP

Fases

- 1 Recolección de información bibliográfica
- 2 Entrevista
- 3 La encuesta
- 4 Eventos
- 5 Diseño
- 6 Devolución sistemática

El referente metodológico para el presente proyecto fue la Investigación Acción Participativa, de la cual se tomaron algunas herramientas que nos ayudaran a crear estrategias de comunicación acordes al contexto y la dinámica del proyecto, sin embargo a lo largo de la investigación desarrollamos un método propio que definimos con el nombre de Investigación Interacción Participativa (IIP), ya que en la primera nos comprometimos a generar acciones transformadoras en la sociedad que no correspondían a la dimensión de nuestro proyecto.





Investigación Interacción Participativa (IIP) como método propio, desarrollado para el proyecto.

El referente metodológico para el presente proyecto fue la Investigación Acción Participativa, de la cual se tomaron algunas herramientas que nos ayudaran a crear estrategias de comunicación acordes al contexto y la dinámica del proyecto, sin embargo a lo largo de la investigación desarrollamos un método propio que definimos con el nombre de Investigación Interacción Participativa (IIP), ya que en la primera nos comprometimos a generar acciones transformadoras en la sociedad que no correspondían a la dimensión de nuestro proyecto y resultaban muy pretenciosas teniendo en cuenta los tiempos estipulados.

En la primera devolución sistemática se expuso una serie de elementos, para dar conocer a los asistentes (en su gran mayoría personas de la tercera edad) el proceso de investigación expuestos de tal manera que pudieran ser comprendidos por los asistentes sin importar el nivel de información y instrucción de la gente; también se mostraron algunos adelantos del proyecto y el registro logrado hasta el momento.

La primera medida de devolución sistemática que tuvo el proyecto Revivamos la ñapanga con la comunidad Payanesa, consistió en un conversatorio realizado el jueves 22 de agosto de

2013 en las instalaciones de la Casa Museo Guillermo León Valencia, en el cual se integró el público objetivo inicial, conformado por los adultos mayores de Popayán, los cuales fueron actores sociales responsables de ayudar a reunir las memorias sobre el personaje y meses después, gracias a un proceso de análisis y selección de la información, se realizó un seminario con el grupo de jóvenes de La Junta Permanente Pro Semana Santa durante el mes de enero de 2014, con el fin de hacerles el respectivo relevo generacional de los resultados de la investigación sobre ñapanga a nuestro público objetivo final, ya que ellos serán los próximos administradores de las tradiciones en Popayán.

El criterio para desarrollar el conversatorio dentro de la fase de devolución sistemática a la comunidad fue partir de la premisa de que la cultura popular es dinámica.

El conversatorio fue el medio más idóneo para generar diálogos que dieron origen a un intercambio de saberes entre los asistentes, la formación de nuevos conocimientos populares sobre el personaje de la ñapanga y un jugoso registro para las memorias ya que cada intervención construía un aporte para las memorias del proyecto.

Plan de medios

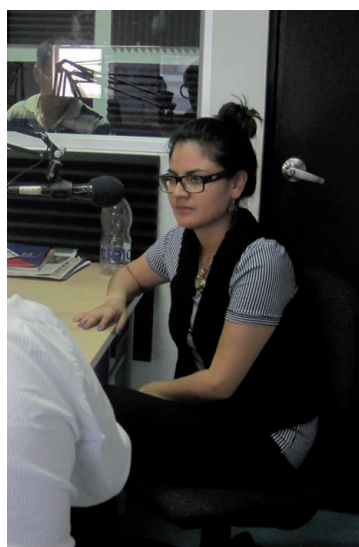
Es importante resaltar las técnicas dialógicas de interacción continua con la comunidad y el resultado en función de la creación de nuevo conocimiento relativo al personaje de la ñapanga.

Medios de comunicación convencionales

Radio

Unicauca Estéreo 104.1 fm / Caracol Radio 1330 am

Criterio: la Radio Universidad del Cauca es nuestra señal institucional; además de abrirnos un espacio radial para la difusión del proyecto “Revivamos la ñapanga”, nos prestó los estudios para las grabaciones que serían editadas posteriormente para el material audiovisual, por otro lado Caracol radio nos sirvió como medio masivo para llegarle a toda la comunidad payanesa.





Televisión

Notivision Popayán / Canal Zoom / HSB Noticias -Televisión en vivo

Notivision Es un Canal de televisión local de la ciudad de Popayán, que se enfoca en promover y fortalecer valores que generen sentido de pertenencia por el departamento del Cauca, comprometidos con el desarrollo cultural, social, deportivo y educativo, con los más altos estándares de calidad.

El Canal Universitario Nacional ZOOM se emite por televisión cerrada en territorio colombiano a través de todos los servicios de cable y canales comunitarios. Es un canal de televisión especializado en la comunidad universitaria, conformado por 43 universidades colombianas con el apoyo de la ANTV, los Ministerios de Cultura, Educación y TIC, Colciencias y el SENA. La programación de ZOOM es producida por instituciones universitarias colombianas lo que permite reconocer el entorno regional bajo la mirada globalizadora, inquieta e inteligente del universitario colombiano.

HSB Noticias, es un canal de televisión online de la ciudad de Bogotá, gracias a la ayuda que nos brindaron ambos canales, logramos llegar a un mayor número de personas.



Plegables Exposición

Los plegables sirvieron como medio impreso para contextualizar a los asistentes dentro de los dos eventos “Reconstruyamos la ñapanga” y “Revivamos la ñapanga”; además quedaron como material informativo del proyecto dentro de La Junta Permanente Pro Semana Santa.

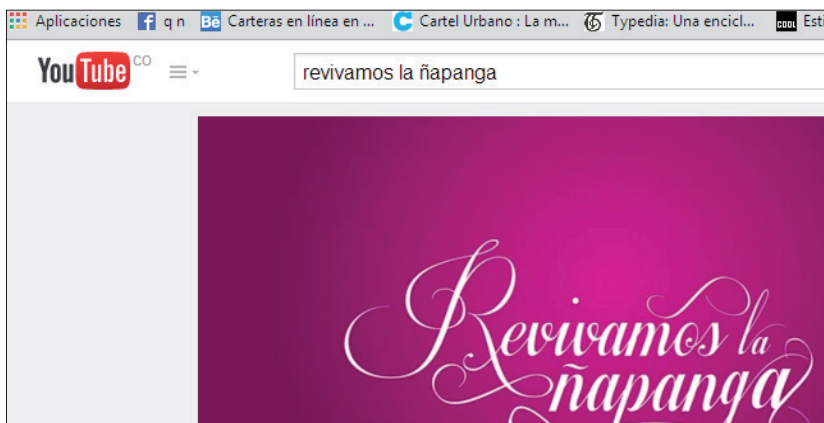
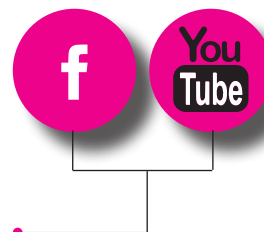
Criterio: decidimos hacer uso del plegable ya que es un material de consumo rápido y bajo costo.



Redes sociales @revivamos la ñapanga Facebook y You Tube

El proyecto tuvo presencia por dos canales de redes sociales; facebook para convocar a los eventos e informar novedades y Youtube para presentar el material audiovisual del proyecto.

Criterio: las redes sociales generan gran viralidad entre los públicos más jóvenes, además están libres y no implican ningún costo.





Base de datos **Recolectados durante los eventos**

Criterio: Durante el conversatorio realizado el 23 de agosto de 2013 y el seminario de devolución sistemática realizado durante el mes de febrero de 2014, se recolectó una base de datos, que comprendían el nombre, teléfono, celular y correo electrónico de los asistentes, con el fin de generar continuidad en el proceso de comunicación con el proyecto.



Correos masivos

Criterio: Los correos masivos funcionan como canal entre el proyecto y los actores sociales, porque además de informar sobre los eventos, también sirvieron para las devoluciones sistemáticas y las retroalimentaciones que hicieron voluntariamente las personas.



Periódico local (ver anexo 4) **Diario del Cauca**

Edición 23 de agosto del 2013, página 23

En esta oportunidad utilizamos el segundo periódico más vendido en la ciudad de Popayán para convocar al evento del conversatorio a los depositarios de las memorias.

Edición 30 de septiembre de 2013, páginas centrales (12 y 13)

En esta edición el periódico se utilizó para difundir los avances del proyecto y simultáneamente para hacer una devolución sistemática al grupo objetivo inicial conformado por los adultos mayores y en menor medida al grupo objetivo final, comprendido por los jóvenes de Popayán en general.

Criterio: dentro del grupo de las personas de la tercera edad, el periódico local sigue siendo uno de los canales de mayor consumo.

oticias.com/vernocia.asp?wplaca=68311



Actualizado: HSBNOTICIAS.COM



EL PERIÓDICO Di Frontera DIARIO DEL SUR SUCRELA ABS DIARIO DEL CAUCA

Buscar

INICIO GENERAL BOGOTÁ JUDICIAL DEPORTES POLÍTICA ECONOMÍA ENTRETENIMIENTO OPINIÓN CONTACTENOS REGIONALES

Actualidad

>Fútb< Actualidad

Fecha publicación: 21Ago2013 28:49 AM

Universitarias rescatan la cultura de Popayán



Durante 18 meses han realizado la búsqueda de Información las estudiantes Cindy Ruiz y Ariadna Rosero para la producción de esta investigación

Comparta la noticia en: [Tweet](#) [Share](#) [Email](#) [ShareThis](#) [Me gusta](#) [+1](#)

"Reconstruyamos la ñapanga es un proyecto de Diseño Gráfico nace de la necesidad de rescatar los iconos culturales que con el tiempo han ido perdiendo un espacio dentro de la memoria colectiva de nuestra ciudad de Popayán". De esta manera presenta Cindy Ruiz el Proyecto con el cual junto a su compañera Ariadna Rosero buscan obtener el título como diseñadoras graficas de la Universidad del Cauca.

En Twitter @HSBNoticias

Tweets

HSB NOTICIAS @HSBNOTICIAS 3m
La orina de vaca virgen cura enfermedades →[http://t.ktqm4t](#)

HSB NOTICIAS @HSBNOTICIAS 22m
¡Magrol! el agua se transforma en vino →[http://t.kt63w](#) ¡Ciencia! la tecnología pic.twitter.com/Us0rGumcJw

Miracle Machine
Tweel to @HSBNOTICIAS

Búscanos en Facebook

HSB Hsbnoticias

VIDA MODERNA

Concurso de pintura

Eventos académicos

El Grupo de Investigación y Desarrollo Académico del Departamento de Artes Plásticas de la Universidad del Cauca, en colaboración con el Departamento de Artes Plásticas de la Universidad del Cauca, organiza el concurso de pintura "Vida Moderna" que se realizará el 23 de agosto de 2013.

El Rollo

Estrenan video "Draco y Guerra"

Los actores Fabián Díaz y Ariadna Rosero presentaron el video "Draco y Guerra" en el teatro de la Universidad del Cauca.

Una Misión en conferencia En el Campus Party

El equipo de la Universidad del Cauca participó en el Campus Party de Popayán.

Una oportunidad para la cultura

El proyecto "Reconstruyamos la ñapanga" busca rescatar la cultura de Popayán.

¿Por qué se creó este sitio web?

Este sitio web fue creado para compartir información sobre el proyecto "Reconstruyamos la ñapanga".

12 Septiembre 2013

INFORME ESPECIAL

"Reconstruyamos la ñapanga"

EL DISEÑO COMO AGENTE BRINDADOR DE INICIACIONES CULTURALES

El objetivo del proyecto es poder presentar el patrimonio de la "Ñapanga" ante la UNESCO, para que se aprorte como patrimonio cultural intangible.

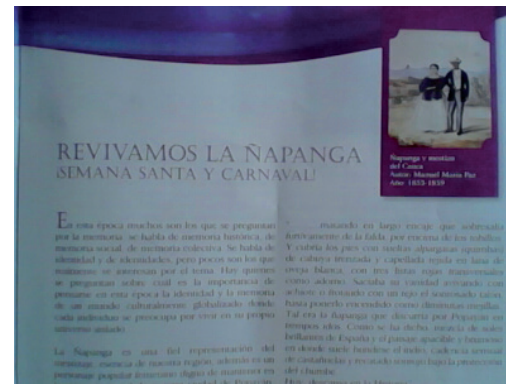
La última ñapanga

Las diseñadoras Cindy Ruiz y Ariadna Rosero presentaron su proyecto "Reconstruyamos la ñapanga".

72 años de historia de la ñapanga

El diseño gráfico como proyecto de vida

El proyecto "Reconstruyamos la ñapanga" busca rescatar la cultura de Popayán.



● Estratégias de comunicación

● Medios de comunicación no convencionales:



Acciones BTL / Voz a voz

Criterio: se creó un rumor sobre el evento dentro del tejido social que rodeaba en proyecto, con la intención de convocar a la mayor cantidad de asistentes pertenecientes a los grupos objetivos.



Postales de invitación

Criterio: las postales fueron planeadas para convocar de forma personalizada a las personas estratégicas dentro del proyecto y garantizar de alguna manera su compromiso con la asistencia.



La estampilla

Criterio: la estampilla que se repartió en los diferentes eventos del proyecto más que parte de la papalería, era una especie de recordatorio y en cierta medida establecía un grado emocional entre los asistentes y el proyecto.



● Implementación del método propio (IIP)

Ampliación de las fases de trabajo

Fase **1** **»»** **Recolección de información bibliográfica**

La primera fuente que sirve de guía al proyecto son los antecedentes escritos que existen sobre los sucesos del pasado; sin embargo en nuestro caso el material bibliográfico resultó muy exiguo. Esa circunstancia nos determinó la metodología a seguir que consistió en búsqueda de información dentro de la memoria colectiva de los habitantes mayores de Popayán, quienes pasaron de ser objetos a sujetos activos en la construcción y reconfiguración del personaje popular femenino a lo largo de todo el proceso de investigación.

Fase **2** **»»** **La entrevista como técnica de investigación**

La entrevista se realizó como una herramienta de extracción de información que se hizo en forma selectiva, gracias a una red de informantes directos que se tejió gracias a la gestión y los contactos que nos brindaron La Junta Permanente Pro Semana Santa y La Fundación Pedro Antonio Paz.

Entrevista semi-estructurada (ver anexo 2)

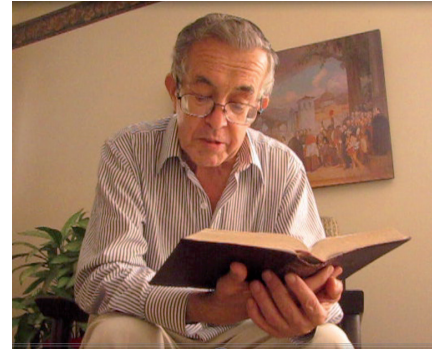
Utilizamos la entrevista semi-estructurada porque el entrevistador dispone de un «guión», que recoge los temas a tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador.

En el ámbito de un determinado tema, éste puede plantear la conversación como desea, efectuar las preguntas que crea oportunas y hacerlo en los términos que estime convenientes, explicar su significado, pedir al entrevistado aclaraciones cuando no entienda algún punto y que profundice en algún extremo cuando le parezca necesario, establecer un estilo propio y personal de conversación.

Las entrevistas se realizaron de forma personalizada, permitiendo además que cada uno de los entrevistados agregara sus diferentes puntos de vista llegando a una convergencia de ideas y necesidades en el tema de los patrimonios culturales.

Otra definición sobre la importancia de este tipo de entrevista. La entrevista mixta o semi estructurada es aquella en la que, como su propio nombre indica, el entrevistador despliega una estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas.







Fase 3 >> La encuesta

Luego de los resultados arrojados por la entrevista se prosigue con la encuesta online; las repuestas de los entrevistados permitieron generar nuevos puntos de vista y cuestionamientos que se agregaron en la encuesta online, esto con el fin de que la gente pudiera aportar desde sus conocimientos fragmentos de información sin importar la ubicación geográfica, la herramienta que se utilizó fue google docs ya que nos permitía ver la información en tiempo real. Por el mismo motivo fue de gran viralidad porque se compartió a través de redes sociales.

Con el propósito de recopilar información sobre el personaje La ñapanga, se diseñó una encuesta, en la cual participó la comunidad payanesa en general. La observación permitió que la encuesta se fuera mejorando en preguntas, debido a las necesidades expresadas por los encuestados, en un principio se hizo un intento de encuesta con un formulario propositivo y dispuesto a cambios; fue así como en esta primera prueba generó otras inquietudes que fueron analizados e incluidas en un cuestionario final.

La finalidad de la encuesta on-line, no tenía por objeto la toma de decisiones dentro del proyecto, era simplemente una herramienta de extracción de información que nos permitía valorar los imaginarios sobre el personaje en nuestro público objetivo.

La encuesta es una técnica que facilita la recolección de información a través de un cuestionario prediseñado; se puede ejecutar para obtener resultados en diferentes estados y procesos de la investigación, “puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos”. Según el antropólogo e investigador a través del método científico F.S Kerlinger (Kerlinger:1979), las encuestas tienen los siguientes propósitos:

» Servir de instrumento de exploración para identificar variables y relaciones, sugerir hipótesis y dirigir otras fases de la investigación.

» Complementar otros métodos, permitiendo el seguimiento de resultados inesperados, validando otros métodos y profundizando en las razones de los resultados.

» Según el sociólogo Paul Lazarsfeld la encuesta es un método válido para demostrar que el investigador no se guía por sus propias intuiciones, sino que prefiere encontrar respuestas desde otras perspectivas.

Muestra tomada de la encuesta que se realizó a través de google docs en el año 2012, a la comunidad en general, con el fin de hacer una aproximación del grado de conocimiento o desconocimiento acerca del personaje la ñapanga.



¿Sabe quién es la Ñapanga?

- a. Sí / 25%
- b. No / 75%



¿A cuál ciudad le atribuye el origen de las Ñapangas?

- a. Popayán / 62.5%
- b. Pasto / 37.5%



La Ñapanga le resulta

- a. Tradicional / 12.5%
- b. Popular / 87.5%

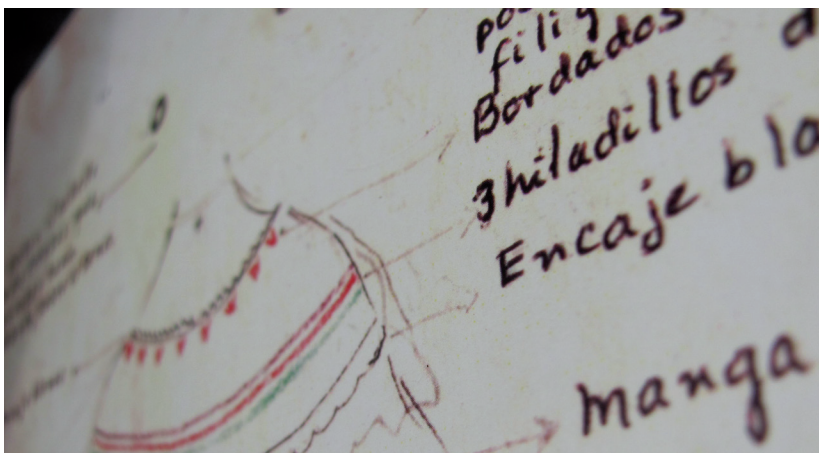
Fase 4 >> Eventos (ver anexo 5)

La exposición

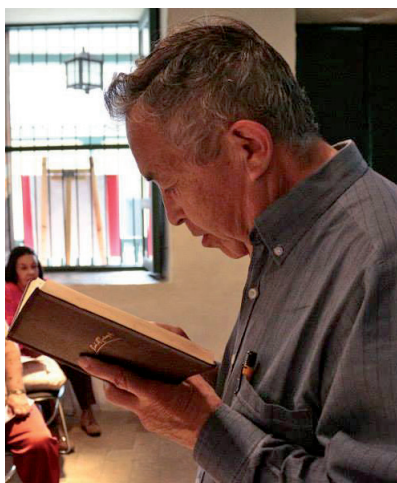
Fue un evento público que buscó trabajar sobre las emociones de los participantes, puesto que en su gran mayoría eran adultos mayores, fue importante porque ellos fueron los depositarios de memorias más valiosas con los que contaba el proyecto, tenían información que había adquirido desde su cotidianidad, y había permanecido estática durante mucho tiempo, es así como la exposición juega un papel fundamental ya que logra reactivar la memoria por

medio del discurso de la imagen que se encontraba visualizada en diferentes soportes y técnicas.

La exposición no fue sólo un instrumento de ambientación, sino una apuesta sobre el cómo se podían interpelar los sujetos para una mejor comprensión de nuevas perspectivas, la mejor forma que encontramos para incidir sobre los imaginarios fue entendiendo que lo estético y lo emocional estaban estrechamente conectados con lo cognitivo.







El conversatorio

Después de pasar por la exposición el público se dirigió al conversatorio, en el cual el objetivo principal fue generar unos diálogos y hacer un intercambio de saberes entre la comunidad académica y los adultos mayores. Esta experiencia se cargó de mucha significación en el momento que las historias fueron narradas, pues para ellos era necesario remitirse a los esquemas sociales de sentido, como a dimensiones emocionales y ambos se articularon en un relato. Como lo señala Vincent Crapanzano, todo discurso revela tanto un plano emotivo y afectivo como uno cognitivo (Crapanzano: 1994). esta articulación de lo afectivo y lo cognitivo puede abordarse analíticamente por medio del concepto de configuración emotiva, empleado como un esquema social “en el cual interactúan pensamientos y sentimientos que si bien están asentados en la conciencia individual son socialmente compartidos y culturalmente construidos”.

Fue diverso el material de apoyo que se usó en el conversatorio, se mostraron imágenes, videos y se leyó fragmentos de textos e incluso poesía, esto con el fin de hacer el evento más

dinámico y participativo para que la gente se sintieran en confianza y pudieran contar sus historias personales sobre el tema abordado de forma oral y pública, y lograr converger a la comunidad académica, a los administradores de las tradiciones y a la comunidad payanesa en un solo espacio, permitiendo el intercambio de saberes que buscaba el proyecto y de paso hacer una recopilación de memorias que posteriormente fueron utilizados en la fase de participación que prometía la metodología empleada.

Al finalizar el Conversatorio, se ofreció a los asistentes una mesa de platos típico payaneses acompañado del guarapo de caña, por su gran carga cultural ancestral, en agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma ayudaron a crear relatos para enriquecer el imaginario colectivo sobre el personaje de “la ñapanga”.









Seminario de devolución sistemática con los jóvenes

El seminario que se realizó durante el mes de febrero de 2014, dio cuenta de la solución cognitiva que buscaba el proyecto desde el principio con el público objetivo final, conformado por los jóvenes herederos de las tradiciones de Semana Santa en Popayán.

Debemos ser plenamente conscientes que el diseño no es el responsable de cambiar el mundo, pero sí puede generar mejoramientos, ya que por medio de la comunicación visual se puede afectar la actitud de la gente frente a

ciertas problemáticas, como en este caso es la pérdida de patrimonios y la identificación de símbolos de la cultura popular en el contexto regional.

Es importante resaltar cómo cambia la actitud de una persona antes y después de una experiencia, si bien muchos jóvenes presentaban una actitud de apatía frente a la temática, esto cambió al finalizar el seminario, porque se generó interés y un vínculo por parte de los asistentes con el proyecto.







Fase 5 >> Diseño

El Libro

El libro es el compendio de imágenes acompañadas de historia que engloba al personaje de la ñapanga, su formato es 14,5x16 cm, consta de 130 páginas a full color; el criterio para sacar un libro, fue la necesidad de realizar un compendio donde se sacrificara la menor cantidad de información y su consumo fuera un poco más lento, pensado para los

públicos menos jóvenes que compartieron desinteresadamente en varias oportunidades la información que portaban sobre el personaje al proyecto. Sin embargo el libro es principalmente de imágenes acompañadas por poco texto, con el fin de que la información comprendida ahí sea realmente decantada por el usuario.

“

Entender que todos son elementos de nuestra formación social y que si nosotros conocemos nuestra verdad, que siempre la ocultamos, va a ser mucho mas hermosa que la mas creativa mentira que nos inventemos.

”

Ph. D. Hernan Torres

El diseño
No
cambiará
el mundo, pero
Sí
puede lograr
mejoramientos

Revivamos la
napangá

Recordar
la historia es
hacer patria
-Chavéz-

Semana Santa y Carnaval 2012-2014

Revivamos la
napangá

Revivamos la
napangá

¡Semana Santa
y Carnaval!

Martha Cerón



Martha Cerón constituye un pedazo de la historia viva, ya que es la última tejedora de la ciudad de Popayán. En ocasiones, ella ha sido asesora en asuntos relacionados con los tejedores en la Junta Permanente Pro Semana Santa de Popayán. Incluso ha recibido varios reconocimientos por esta labor.

Revivamos la
napangá

Recordar
la historia es
hacer patria
-Chavéz-

Semana Santa y Carnaval 2012-2014

Revivamos la
napangá

Semana Santa
y Carnaval



Martha Cerón

La última tejedora de antaño



Francés
Ernest Charton

Anciano teñido por el artista vago francés Ernest Charton de Therville, cuando vivió en el Ecuador entre 1882 y 1870.

Ernesto fue un típico artista aventurero del siglo XIX, se encontraba en busca de las expresiones más exóticas de la naturaleza incorporada, siguiendo en este aspecto la tradición de muchos artistas europeos de la época. Muchas de sus experiencias americanas se reflejaron en dibujos y bocetos.

Las obras se caracterizan por su vibrante colorido y por la expresión realista de las costumbres y motivos populares. Destaca su pintura de Chile, Ecuador y Argentina está visión cultural propia del realismo gráfico, guiado a la búsqueda de cada país, dejando de lado los motivos religiosos, mitológicos o literariamente clasistas de los modelos europeos.

Luzbarga o Edición de Su Cielo
1960-1970
Estos papaveres fundación barbara

14



ERNEST CHARTON
Fue un joven de origen francés atraído por sus viajes al norte y cuando sus obras de esta región, se enfocaron en un modo que mucho atraído por pronto, llegó a establecerse en Quito, donde fundó el Instituto de Pintura "Egipcio de Santiago", que fue el antecedente directo de la Escuela de Bellas Artes de Ecuador. Llegó a utilizar fotografías como bases para sus cuadros, retratando a personas típicas, costumbres y fiestas que luego transmitió a la obra.



17



Los tejidos
en Pasto

En Colombia son diversas las regiones donde se han encontrado vestigios de tejidos. Lo principal como tejido del que se encuentra al sur de Mariposa habitado por los Paipos. Sin embargo, son notoriamente pocos los tejidos que han llegado a los museos o colecciones particulares. Como primer factor que ha impedido la conservación de tejidos en Colombia, ha sido la humedad del suelo, además, la mayoría han sido encontrados por paseantes que, en principio han ignorado su verdadero valor.

En la zona del sur de Harila, los tejidos fueron encontrados en enterramientos profundos y sus técnicas son bien distintas a las realizadas por los diferentes pueblos indígenas que habitaron Colombia. La mayoría de los tejidos hallados en el antiguo territorio proceden de la región de Miraflores y de El Cotacachi, los cuales fueron encontrados al lado de algunos en cerámica y de gran cantidad de adornos en oro y bronce. Estos vestigios arqueológicos demuestran su alto grado de desarrollo y especialización.

Pasto (Cruz Verde) de Inca (Esc. Nipón)
1950-1955
Lamina de la Comisión Geográfica

32





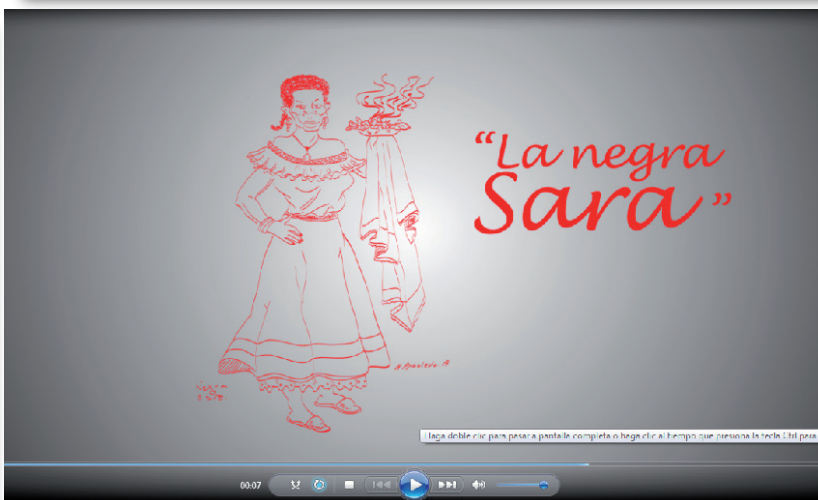
Video (ver anexo 1)

El video fue uno de los productos finales del proyecto, representa la síntesis del proyecto relatada en imágenes y un discurso que articula los resultados de el proceso investigativo y las memorias de los eventos. Está pensado como un discurso para un consumo rápido.

La difusión del video se realizó por el canal oficial del proyecto www.youtube.com/layapang, en convergencia del grupo de facebook, ya que la difusión es de tipo viral y no implicó ningún costo para el proyecto.



FINANCIADO POR
Acceso a Internet
Redes e Informática





La Marca

La marca “Revivamos la ñapanga” es un signo que engloba una serie de valores de índole cultural, desde la identidad hasta el mestizaje que se valen de la imagen para ubicarse en el imaginario de la gente.

La marca cristaliza los valores comunicacionales y logra posicionamiento a través de la imagen, además del vínculo emocional que genera con los asistentes y colaboradores del proyecto.

Las marcas se posicionan en el imaginario de la gente por medio de vínculos emotivos y este proceso se logra rápidamente en comunidades pequeñas, cuando sus habitantes se ven identificados con uno de sus personajes populares más queridos.

» Justificación

“Revivamos la ñapanga” fue concebida desde su nombre verbal, para ser inclusiva dentro de la comunidad de Popayán. Por otro lado su condensación simbólica se basó en el movimiento que evoca el bambuco por su estrecha relación con el personaje, con el fin de no caer en clichés icónicos como la quimba.

La marca final del proyecto cumplió con la función de simbolizar con un sig-

no públicamente notorio ese posicionamiento estratégico de los valores del personaje de la ñapanga y garantizar su presencia continua en el imaginario social del público objetivo.

La marca sirvió como el signo de rápido consumo se vio presente en todos los soportes tanto digitales como impresos del proyecto y además de lograr unidad, cristalizar los valores intrínsecos del personaje, nos facilitó el vínculo con las personas gracias a la pregnancia por medio de la imagen.

» Descripción de la marca

La imagen de marca, está inspirada por el concepto de la dinámica y la femineidad que envuelven al personaje popular femenino “la ñapanga”.

» El slogan

La marca viene acompañada por un slogan, sin embargo su uso depende del soporte y la aplicación; por lo tanto la marca está definida de tal forma que sin estar acompañada por el slogan funciona perfectamente bien. El logo debe ser reproducida en la forma, colores correctos y específicos que describiremos a continuación.



¡Semana Santa y Carnaval!

» Primer uso

Negro 100%: la marca en negro puede ser utilizada únicamente cuando el fondo sea blanco o fucsia.

» Segundo uso

Blanco: esté es quizás el uso más flexible que tiene la marca, ya que se puede utilizar la marca en blanco sobre cualquier color diferente al mismo.

» Tercer uso

Fondo blanco: en éste caso, la marca puede ser utilizada en cualquier color (diferente al blanco), cuando el fondo que corresponda sea blanco.

» Área de reserva

Para el desarrollo de todo tipo de reproducción de la marca en material impreso o en formato digital se deben conservar las siguientes indicaciones de porcentaje de diseño, esto permite que el diseño realizado conserve su esencia y estilo.

● Fuente: Lucida handwriting





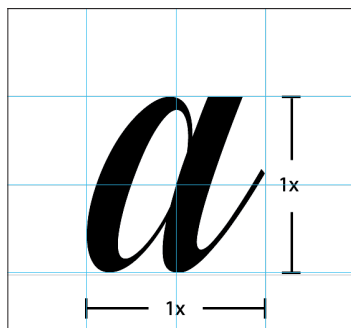




Planimetría

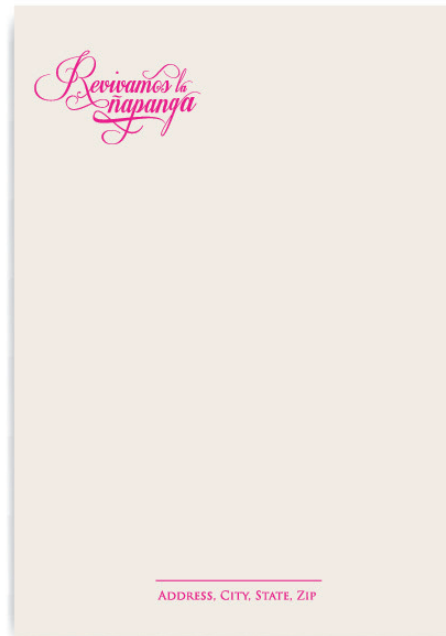
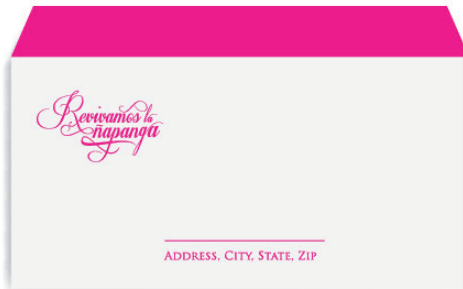
En ningún caso se deberá alterar las proporciones de los elementos que conforman la marca así como tampoco está permitido integrar ningún otro elemento en el interior del área de la marca.

La marca se reproducirá con un área de protección blanca en los casos que se aplique sobre fondos de colores y fondos fotográficos, para garantizar su correcta legibilidad.





*Revivamos la
ñapanga*



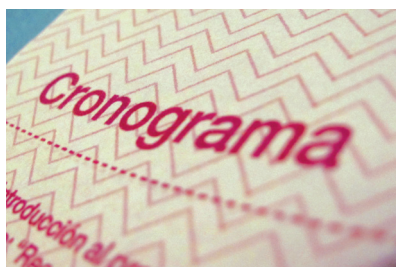


El Plegable

El plegable fue una forma económica de tener un impreso que contextualizara a la gente la dinámica del proyecto y la importancia de su asistencia y/o participación activa en el mismo. El plegable fue entregado en la antesala de cada evento, ya que en éste se en-

contraba sintetizada la información del proyecto “Revivamos la ñapanga”.

Los plegables contaban con segmentos dónde aparecía la marca del proyecto, fragmentos de historia, fotografías, ilustraciones y el orden del día.



Postales

Las postales, fueron el recurso que utilizamos para hacer las invitaciones personales a los adultos mayores que necesitábamos presentes en el conversatorio, decidimos hacer uso de este medio para que la gente se sintiera tenida en cuenta y garantizara en cierta medida su asistencia.

Cada postal estaba estampillada con el sello postal que actualmente existe de la ñapanga payanesa en los correos nacionales, sin embargo por el uso de los recursos digitales ya es muy escaso el uso de cartas entre la gente; por eso la postal con la estampilla fue una decisión pensada para llegar a los adultos mayores en soportes que ellos solían utilizar. Curiosamente mucha gente nos manifestó que no nunca antes habían visto la estampilla de la ñapanga payanesa y además nos solicitaron que les regaláramos más de estas para llevar a sus casas, lo que nos induce a pensar que sintieron un nivel de apropiación al personaje mediante este pequeño impreso.





Guión (ver anexo 6)

El siguiente guión, fue la estructuración de un discurso en torno a la ñapanga en función de la imagen, la voz en off fue grabada en los estudios de Unicauca Estéreo 104.1 por la locutora Victoria Moncayo Yépez, la voz institucional de la Universidad del Cauca, ya que esto representaba marca auditiva y respaldo de tipo institucional para el video del proyecto.

» Guión Técnico (ver anexo 6.1)

» Guión literario (ver anexo 6.2)

La ñapanga es un personaje popular femenino digno de mantener dentro de la memoria social de los payaneses, ya que nos genera una nueva forma de entender la construcción de nación del siglo XX, gracias a que es una representación del mestizaje, esencia de nuestra región.

Este personaje tuvo presencia en las ciudades Pasto, Quito y Popayán, la razón se la deben a que eran ciudades hermanadas con dinámicas sociales y económicas muy afines.

Ella aparece gracias a los inevitables


procesos de mestizaje que se desencadenaron durante el colonialismo español en nuestro territorio.

Estas mujeres nacen a partir de la inevitable y rica mezcla interracial triétnica.

La ñapangas se constituyeron como una clase social en sí misma, la cual representaba valores que hoy en día se han ido desdibujando en el imaginario colectivo. Ellas representaban la maternidad, el trabajo y la independencia económica.

Con frecuencia en el imaginario de la gente de Popayán, la ñapanga se sitúa sólo en la visión semanasantera, pero la presencia del personaje tuvo un lugar muy importante antes de su resignificación dentro de los jolgorios populares por ser las animadoras e iniciadoras de estas, donde se bailaba a ritmo de bambuco; prueba de ello, existe uno inspirado en las ñapangas de Pasto llamado “La Guañeña”. Cuando se hablaba en Popayán de la ñapanga el relato tomaba un tono de picardía cargado de sensualidad, como si estas mujeres hubieran constituido

un símbolo sexual en otra época. La imagen de la ñapanga se resignificó durante la primera mitad del siglo XX cuando el ex presidente Guillermo León Valencia, mandó a hacer una



copia del cachorro de Sevilla para las procesiones de Semana Santa de Popayán. Su hija Alma Valencia decidió sahumar el paso del Cachorro y de esta manera salió por primera vez una niña de la alta sociedad vestida con el traje que usaba la ñapanga, la tradicional mujer de pueblo.

A partir de ese momento la gente de la sociedad payanesa se ilusionó y quiso también acompañar la procesiones, a tal punto que ya en este momento salen varias sahumadoras cada noche durante Semana Santa.

Teniendo en cuenta que en Popayán las encargadas de atender los negocios como las pulperías y las guaraperías eran las ñapangas; al desaparecer estos sitios, también ellas se fueron desdibujando dentro del imaginario de los patojos; sin embargo fue tal vez gracias a la resignificación que le dio Alma Valencia al papel de la sahumadora, la que logró la permanencia del vestido de la ñapanga dentro de las tradiciones de Semana Santa en Popayán y por ende en el imaginario de la ciudad, que aún sin saber el origen que tiene el personaje popular femenino, logró identificarlo y relacionarlo como uno de los elemen-

tos la identidad cultural payanesa.

Martha Cerón constituye un pedazo de la historia viva, ya que es la última sahumadora de antaño de la ciudad de Popayán. En ocasiones, ella ha sido asesora en asuntos relacionados con las sahumadoras en la Junta Permanente Pro Semana Santa de Popayán, incluso ha recibido varios reconocimientos por esta labor.

Además Martha Cerón tuvo gran importancia dentro del campo de las danzas, ya que fue hasta hace pocos años la bailarina de Bambuco más destacada de la ciudad; recorrió el país junto con su pareja de baile, vestida de ñapanga representando al Cauca a ritmo de Sotareño y Rioblanqueño, canciones que sin duda son esencia de nuestro folklore y dignos Himnos alternativos de nuestro Departamento del Cauca.

La ñapanga no solo constituye historia, tradición y gestas galantes, sino hecho social de toda fuerza humana expresada en su atuendo como pueden serlo el “bambuco”, las “chirimías” o las “sahumadoras”.



Devolución sistemática

De acuerdo con la metodología del proyecto, la Investigación interacción participativa, es el resultado al que se llegó en términos de nuevo conocimiento, construido de la mano de la comunidad; luego de los debates sobre la ñapanga, fue la gente asistente a los eventos, la que llegó a un consenso luego de abordar diferentes puntos de vista y resignificó el personaje desde la actualidad, tomando una mirada libre de moralismos y con una amplia cantidad de cualidades que desde nuestros tiempos le devuelven los matices que se estaban desdubujando del imaginario de los payaneses y que por medio de intercambio de saberes y la interacción de la memoria colectiva renacieron durante los eventos para ser compilado mediante este proyecto.

En el ejercicio de hacer proceso dinámico, la gente que se vinculó como colaboradora activa dentro de la investigación, pudo aportar en el momento que quisieron, más información en torno al personaje; algunos de los adultos mayores se sintieron tan comprometidos con el proyecto que decidieron hacer varias devoluciones sistemáticas que fueron recopiladas

tanto para el impreso como para el video y posteriormente fueron expuestas a los públicos juveniles quienes lo recibieron con gran aceptación.

De acuerdo con la metodología IIP, la meta era que la comunidad fuera la autogestora del proceso y lograra un nivel de apropiación con el personaje; por eso nos atrevemos a pensar que ese cometido se cumplió, porque además de entretener conocimiento con la comunidad, se logró articular procesos con los administradores de las tradiciones en Popayán quienes nos invitaron a escribir sobre el proyecto y los hallazgos del personaje en el medio de difusión impreso (Guía de Turismo 2014) que se prepara para payaneses y turistas en época de Semana Santa.



Referentes

1 >>>



*Cauca contemporánea
Popayán – Colombia
Mayo de 2010
Estéticas comunitarias*

El encuentro de estéticas comunitarias es el resultado de un esfuerzo conjunto entre instituciones y comunidades para generar un espacio de presentación y reconocimiento de la diferencia en un ambiente de afectividad artística y construcción académica. El grupo de investigación artes 2000, del Departamento De Artes Plásticas, de la Universidad del Cauca, en el desarrollo del programa de investigación Cauca Contemporánea, se ha propuesto la tarea de encontrar los hilos comunitarios que han estado tejiendo la frágil armonía de los pueblos caucanos, en épocas tan adversas, para incentivar un tejido todavía más territorial, mas tupido, donde se anuden

las voces y los ritmos, los colores y los gestos de negros indios y mestizos. La asombrosa variedad y belleza de los ritmos caucanos la esencial intensidad de sus imágenes sonoras y visuales, es solo comparable con la conmovedora accidentalidad de su geografía. La gente y los paisajes son algo inolvidable.

>>> Lugarismos

Exposición colectiva de estudiantes y egresados del programa de artes plásticas de la Universidad del Cauca.

Alrededor de la idea fundamental de reflexionar sobre el concepto de territorio, 7 propuestas plásticas tienen en común el aserto de discursar entorno a su relación íntima y afectiva concomitante alrededor de la idea de región con relación a sus contextos de vida, entendiendo estos como aquello que persiste sensiblemente en los sujetos, y que termina por constituirse en el acervo que potencia la creación de la imagen, en cada uno de ellos, lo que hace de sus propuestas algo muy singular, concebido desde las estrategias de producción del artes contemporáneo.

>>> Intercambio de saberes

Diversos espacios de actividad donde las comunidades ensayan sus com-

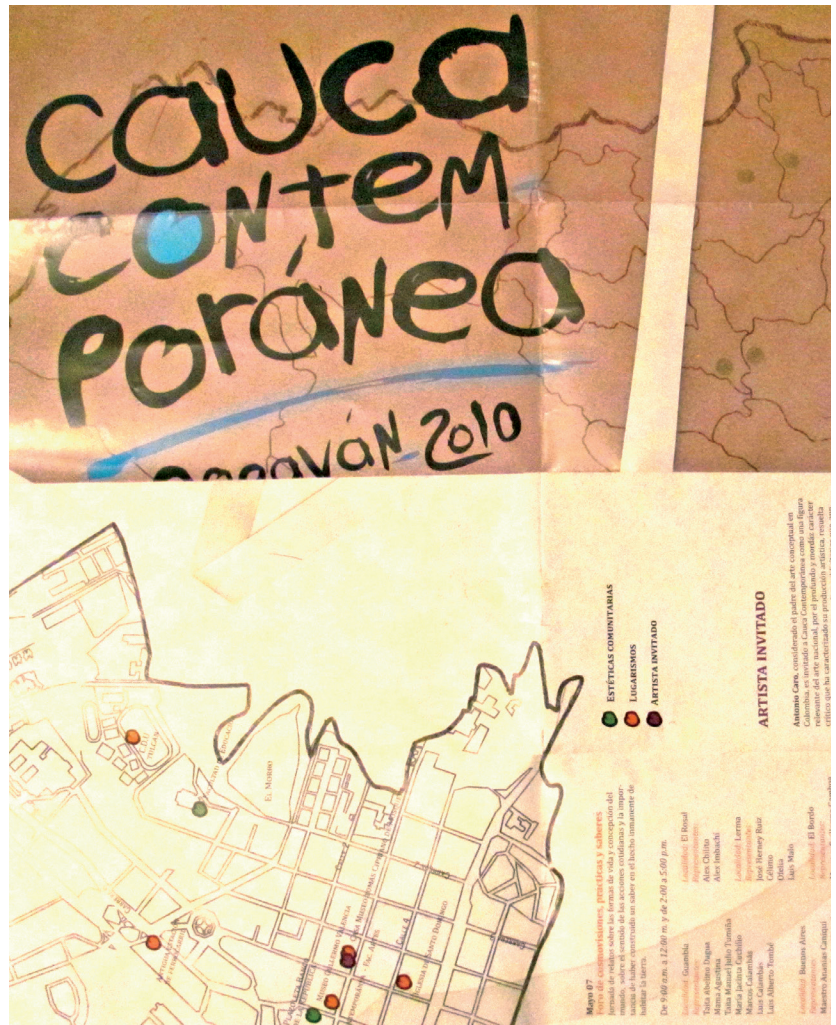
posiciones, elaboran sus productos y comparten su saber-hacer desde la técnica, su idea de producción artística y artesanal, y la especificidad de los materiales. Es posible hacer trueque entre las cosas q se produzcan durante el intercambio de saberes.

» Foro de cosmovisiones, prácticas y saberes

Jornada de relatos sobre formas de vida y la concepción del mundo, sobre el sentido de las acciones cotidianas y de la importancia de haber construido un saber en el hecho inmanente de habitar la tierra

Nota: La anterior información fue extraída literalmente del material impreso distribuido en el marco de actividades de Cauca Contemporánea en el año 2010.

Cauca Contemporánea es un antecedente fuerte para nuestro proyecto porque fue una experiencia que logró intercambio de saberes a partir de lenguaje articulado, visual y auditivo.





2 >>

La Ruta de Guarapo / El diseño gráfico como gestor cultural
Germán Darío Salamanca
Viveros
Trabajo de grado - 2010
Universidad del Cauca

La ruta del guarapo es un proyecto investigativo que desde el Diseño propone una mirada sobre la realidad de Popayán y el Cauca como escenarios de diversas manifestaciones culturales y tradiciones que no se agotan en la oficialidad, siendo también posible y válido rastrearlas en las actividades cotidianas de su gente en sectores populares de la ciudad y en sus zonas rurales periféricas, donde se evidencia hasta hoy con más fuerza la influencia de ésta bebida. Para el Diseño implica un reto la integración de su actividad con su contexto cultural, no sólo de manera tácita e inherente, sino también con propuestas concretas que permitan visualizarlo en su compromiso como regulador social y cultural.

>> **Sobre el tema abordado**

La bebida tiene un lugar importante en los procesos de construcción de los imaginarios de identidad dentro de las culturas que las asumen como propias. En este sentido, su lugar no se

limita únicamente a la embriaguez y a la diversión, ya que en muchos casos junto a ellas se entreteteje una cantidad de relaciones que van desde los recursos naturales y técnicos disponibles para su producción, hasta la atribución de caracteres sagrados y religiosos. El alcohol además se arraiga fuertemente a las tradiciones populares porque es también un medio de cohesión entre quienes comparten alrededor de sus tragos y afianzan sus relaciones como grupo social.

El ámbito caucano, con su variedad natural y cultural ha ofrecido un importante espacio a la apropiación de bebidas alcohólicas por parte de sus habitantes dentro de sus tradiciones populares. El guarapo y la chicha han sido a lo largo de la historia colombiana, dos de las bebidas de producción artesanal más comunes dentro de las clases populares, aunque hoy en la zona urbana de Popayán su consumo es mucho menos frecuente que hace unos cuarenta años; La chicha menos que el guarapo pues la caña con la que se fabrica este, abunda sobre todo en los paisajes del norte del departamento.

Este desplazamiento que ha sufrido el consumo de guarapo es bastante evidente y de ello hay antecedentes

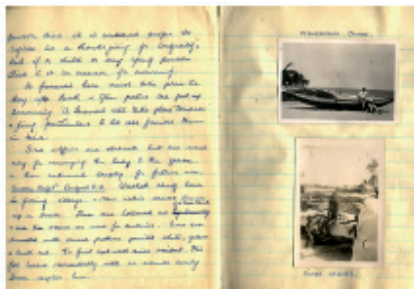
históricos que demuestran como a nivel nacional, diversos factores como la modernidad y la industrialización, han ido reduciendo el espacio de las bebidas tradicionales hasta el punto que hoy dominan los licores de producción industrial.

Nota: el texto anterior fue extraído de forma literal del trabajo de grado del

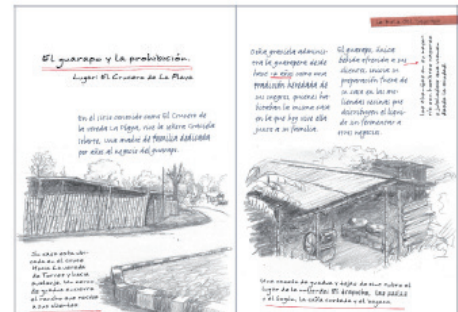
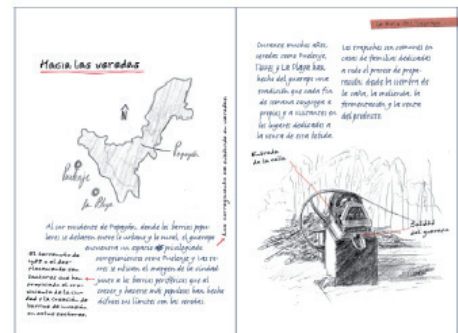
estudiante de la Universidad del Cauca, Germán Salamanca Viveros, titulada “La ruta del Guarapo” El diseño gráfico como gestor cultural.

La Ruta del Guarapo tiene dentro de su desarrollo una particularidad que lo convierte en referente a nivel de método para nuestro proyecto, esta particularidad consiste en la escasez de información

teórica y gráfica sobre el tema, lo cual conlleva al investigador a la implementación de un método de tipo etnográfico como herramienta de extracción de información.



Algunas páginas de informes de campo mestizadas en cuanto a su formato y sus grafías



3 »»



¡Acción! Cine en Colombia
Exposición temporal
18 de octubre de 2007 – 28
de enero de 2008
Museo Nacional de Colombia

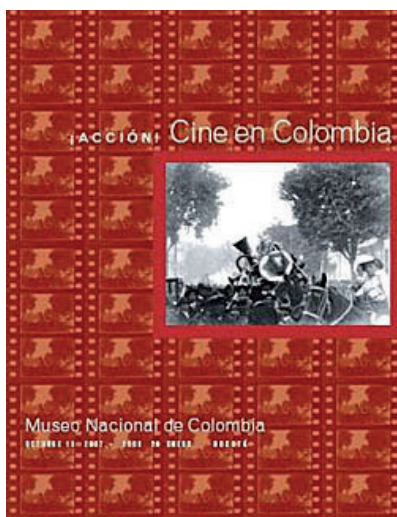
¡Acción! Cine en Colombia, Fue presentado por El Ministerio de Cultura, a través de la Dirección de Cinematografía y el Museo Nacional de Colombia, y la Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano, presentan la exposición:

La muestra ofrece elementos que permiten entender la forma como se

ha visto el país en el cine y cómo el cine se ha visto en el país, a través de 93 piezas, entre ellas, imágenes, obras de arte, documentos, fotografías y objetos y materiales utilizados en las películas.

¡Acción! Cine en Colombia exhibe momentos de lo que ha sido el cine colombiano y el cine extranjero visto en el país, su relación con la sociedad y su contribución al desarrollo de una idea de Nación. Además, evoca el esfuerzo, la lucidez y no pocas veces, el delirio de quienes desde distintos frentes y oficios, han participado en esta aventura.

Las entidades organizadoras quieren reivindicar con esta exposición, el papel que ha desempeñado el cine en la construcción de Nación, así como hacer énfasis en la necesidad de fortalecer las políticas y los proyectos que garantizan la salvaguardia de la memoria audiovisual.





4 >>

Un país de telenovela
Exposición temporal
5 de noviembre de 200- 25
de abril de 2010
Museo Nacional De Colombia

“La telenovela costumbrista colombiana tomó un claro distanciamiento del modelo tradicional mexicano y venezolano, para constituirse en un referente de identidad”, Andrea Cote Navarro, comunicadora social y curadora invitada de la exposición.

Con esta exposición se pretende dar una mirada específica, que apunte a construir una historia social ajena a las narrativas lineales y a las cronologías que hasta ahora ha privilegiado el Museo. De igual forma, los elementos identificados en cada uno de los ejercicios curatoriales buscan incrementar y diversificar las colecciones; a la vez que señalan imaginarios sobre las diversas formas como nos representamos los ciudadanos.

Durante la década de 1980 los colombianos tomamos conciencia de que el nuestro era un país de regiones, gracias a un género televisivo que noche tras noche era invitado de honor en las casas de los colombianos: la telenovela. En ese momento, la telenovela colombiana tomo un claro distanciamiento

del modelo tradicional venezolano y mexicano, el cual se centraba en historias de amor y desamor que ocurrían en espacios casi irreconocibles. En busca de propuestas innovadores lo realizadores colombianos incursionaron en la costa Caribe, Tolima, el Valle Del Cauca, los Llanos Orientales y las montañas de Antioquia del eje cafetero.

Para lograr verdaderas atmósferas regionales los equipos de producción investigaron la historia y la cultura de aquellos lugares identificaron los rasgos más arquetípicos de sus habitantes y crearon representaciones que han influido fuertemente en la imagen que hoy tenemos de nuestro país. Estas representaciones se lograron haciendo énfasis en diferentes elementos como: la oralidad, la música, el paisaje, la religiosidad, y las creencias, los oficios y el vestuario.

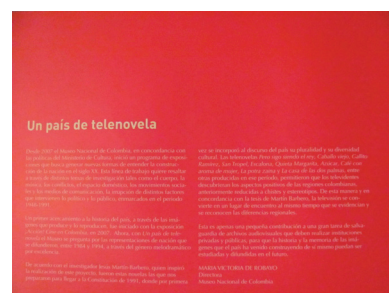
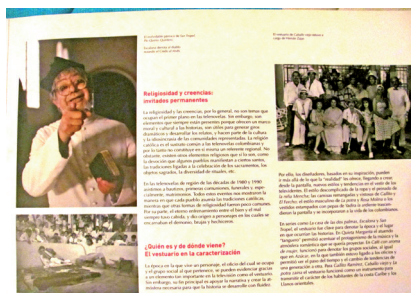
De acuerdo con el investigador Jesús Martín –Barbero quien inspiró la realización de este proyecto, fueron estas novelas las que nos prepararon para llegar a la constitución de 1991, donde por primera vez se incorporó al discurso del país su pluralidad y diversidad cultural.

“Esta es apenas una pequeña contribución a una gran tarea de salvaguardia de archivos audiovisuales que deben

realizar instituciones privadas y públicas, para que la historia y la memoria de las imágenes que el país ha venido construyendo de sí mismo puedan ser estudiadas y difundidas en el futuro”.

» **Maria Victoria De Rovayo**
Directora
Museo Nacional De Colombia

Un país de telenovela y Revivamos la ñapanga comparten la iniciativa de preservar parte de los bienes sociales que nos sirven como elemento base para la elaboración de identidad y para que podamos hacer parte de la construcción de nación por medio de procesos culturales, donde la gente es el actor dinámico que interpreta y reinterpreta sus íconos de naturaleza plural y diversa.





5 >>

Haciendo billete
Laura Sandoval
Trabajo de grado año 2000
Diseño gráfico / Facultad de Artes
Universidad Nacional de Colombia

>> **Presentación**

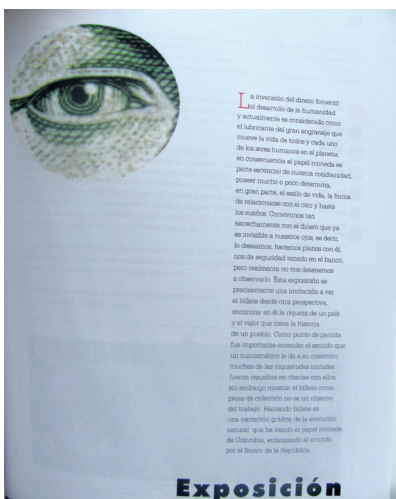
Haciendo billete es un ejercicio de diseño compuesto por una investigación gráfica sobre el papel moneda en Colombia y su presentación al público en una exposición hecha con tres tipos de panel y un cartel.

La investigación tuvo como objetivo principal definir y conocer el billete en términos gráficos, teniendo en cuenta el contexto histórico, económico y social, de cuyos factores es documento y testigo de excepción la exposición tiene como objetivo presentar al billete como narrador de historias, elemento de identidad y testimonio de formas de pensar y socializar del hombre.

Esta exposición es precisamente una invitación a ver el billete desde otra perspectiva, encontrar en él la riqueza de un país y el valor que tiene la historia de un pueblo.

Nota: fragmentos extraídos de forma literal de la tesis *Haciendo billete*; trabajo de grado de Laura Sandoval, año 2000, Universidad Nacional de Colombia.

Haciendo billete a pesar de ser un proyecto con dinámicas diferentes a las de nuestro proyecto, nos sirve como antecedente ya que el fin último de éste trabajo era invitar al espectador a reconocer el valor histórico del billete como elemento de identidad y toda la riqueza narrativa de éste que trasciende más allá de su valor de uso y su valor de cambio.





Conclusiones

- 1 >> Identificamos que nuestro país, concretamente nuestra región sufre de un fenómeno muy particular respecto al la pérdida de patrimonios culturales, concretamente a los símbolos pertenecientes a la cultura popular. Dicho fenómeno, se debe en parte a la avalancha de información que les llega a diario a los jóvenes de nuestro país por canales de difusión masiva, para alienarlos de signos y símbolos relativos a la cultura de masas y distrayendo su atención de la primera esfera que nos rodea como seres humano, que es la cultura popular. La información que los jóvenes consumen a diario, entra en el imaginario colectivo sin antes ser depurada o analizada, salvo contados casos. Cuestionamientos cómo el anterior, nos pusieron en la ardua tarea de identificar el elemento femenino más icónico en nuestra ciudad y darnos cuenta que su historia estaba desdibujada, pero que la gente que portaba fragmentos del personaje que aún estaban vivos, como esperándonos para revivir una historia.
- 2 >> Dentro de la historia, hay fragmentos que resultan indigeribles para las nuevas generaciones, de allí su el desconocimiento y desinterés; sin embargo, la solución para este tipo de problemas se logra a través de la herramientas que nos brinda el diseño gráfico. Por ejemplo, la etimología, es un campo desconocido para mucha gente, sin embargo, en este caso en concreto, solucionamos de manera rápida y comprensible, conceptos que son muy densos si no están acompañados de gráfica y el diseño de información.
- 3 >> La investigación intensiva que se logró sobre el personaje de la ñapanga, nos dio criterios de fondo sobre su origen y valores intrínsecos que sirvieron más adelante para tomar decisiones de tipo gráfico, como es el caso de la marca a la que llegamos como parte de una unidad gráfica que engloba todo el proyecto.
- 4 >> La marca vista del diseño, es una herramienta importante a la hora de proponer que un signo se transforme y tome las características de un símbolo, porque al tener una forma, unos valores y un discurso que la soporten hacen que el proceso



de motivación social que acompañan a la convención, lleguen y afecten de manera más directa al público objetivo final.

Dependiendo de la intención y el mensaje que se busca transmitir, el diseño brinda una amplia gama de herramientas que permiten generar canales de interacción con actores sociales; por otro lado, el conocimiento de los diferentes campos de acción del diseño y dominio del mismo, aparecen una infinidad de estrategias que se pueden visibilizar en cualquiera de los soportes, ya sean digitales o impresos, dependiendo de las necesidades.

« 5

Dentro de la sociedad existen una infinidad de necesidades que van desde las económicas hasta las culturales; las primeras son consideradas como urgentes, ya que suplirlas o no es, imprescindible para la supervivencia de los seres humanos dentro de un sistema capitalista en el que vivimos, sin embargo hay otro tipo de carencia que también son importantes de suplir y son las necesarias pero no urgentes. En este caso, se les presta menos atención porque no representan rentabilidad económica, sino rentabilidad de tipo social; por eso cuando existe las pérdidas de tipo cultural e inmaterial, son menos las personas interesadas en el tema, precisamente porque la recuperación de patrimonio es una actividad muy tediosa y sin remuneración económica en la gran mayoría de los casos.

« 6

Se logró un avance en la reivindicación del origen del personaje la ñapanga dentro de los imaginarios de la comunidad gracias al intercambio de saberes dentro del espacio del conversatorio.

« 7

Afortunadamente la comunidad payanesa aún conserva muchos datos y registros que hacen parte de la historia del personaje popular femenino; dicha información fue de vital importancia para el proyecto y automáticamente convirtió a la gente (en especial a los adultos mayores) en actores activos de la dinámica cultural propuesta por el proyecto.

« 8



9 »»

El proyecto nos demostró que cuando la información escrita es exigua, la tradición oral es la herramienta más idónea para la extracción de información, además, reúne las versiones no oficiales de un relato que con frecuencia no comprenden los libros.

10 »»

El diseño gráfico además de dinamizador cultural, también se convierte en un mediador haciendo posible que la información llegue a un mayor número de personas, sin importar el nivel académico y de información que estas tengan, por ende no solo ayuda a que se preserve el conocimiento sino que también se da un relevo generacional.

11 »»

Hacer un trabajo interdisciplinario da una visión más rica sobre el tema, porque sitúa al diseñador como articulador en los procesos culturales y le da potestad en la toma de decisiones dentro de procesos en función de la recuperación de patrimonios culturales de que en el pasado se le habían recargado únicamente a las disciplinas humanistas. Hoy en día procesos como el presente, muestran otra visión del diseño dentro del desarrollo de procesos donde la comunidad es un actor determinante en la recuperación de su pasado.

12 »»

Por otro lado, el diseño sirve como vehículo de la cultura y como mediador entre los discursos que se construyen dentro de la academia y en las diferentes manifestaciones del saber popular de nuestro pueblo.

13 »»

El relevo generacional de la información sobre la ñapanga, generó curiosidad, entusiasmo y compromiso con la preservación del personaje popular femenino entre los jóvenes que son llamados a ser los próximos administradores de las tradiciones de Semana Santa en Popayán.

14 »»

Las ñapangas son tan dignas de mantener en la memoria colectiva de Popayán como lo son otros personajes populares que se conjugan con la fantasía, verbi gracia: Chancaca, Anacoreta, Rosarito, El Conde de Mosquera y Figueroa, El Millonario, Miel de Abeja, Catecismo, entre otros.



● Bibliografía

- » ABADIA MORALES. Guillermo.
1981 Compendio General de Folklore Colombiano, Instituto colombiano de cultura, Bogotá.
- » ABADÍA MORALES. Guillermo.
1977 Compendio General de Folklore Colombiano, 3 ed. Bogotá.
- » ÁLVAREZ. Jaime .S.J.
1985 Qué es qué en Pasto. Biblioteca nariñense de bolsillo. (9) Tipografía “Javier”.
- » ARAGÓN. Arcesio.
1939 Fastos Payaneses, “Capítulo XLVII Las ñapangas-El bambuco- Las grandes damas”, Bogotá, imprenta Nacional.
- » BEAULIEU. Michele.
1987 Siglo XIX. El vestido moderno y contemporáneo. Barcelona. OIKOS-TAU S.A- Ediciones.
- » BERGER, Peter y LUCKMANN Thomas.
1968 La construcción social de la realidad. Primera edición, Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- » BENAVIDES RIVERA.
1968 Neftalí, “Biografía de La Guaneña”, Revista Cultura Nariñense, Vol. 1, No. 1, Pasto.
- » BERMÚDEZ. Adriana Astaiza.
2012 Entre telas y colores: el vestido de las gentes de Popayán 1800-1850 Universidad Del Cauca. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales Departamento de Historia. Popayán.

- 
- » BORJA GOMEZ. Jaime. RODRIGUEZ JIMENEZ. Pablo.
2011 Historia de la vida privada en Colombia, Tomo 1, Las fronteras difusas
Del siglo XVI a 1880, Bogotá, editorial Taurus.
- » CARVLHO-NETO. Paul de.
1994 Antología del Folklore Ecuatoriano, 2 ed., Ecuador.
- » CASTRILLÓN ARBOLEDA. Diego.
1986 Muros de Papel, Popayán.
- » CHÁVEZ GUILLERMO. Edmundo.
1974 Chambú “capítulo 2 danza mestiza”, novela editorial Bedout,
Medellín, Vol 1.
- » CORDOVEZ MOURE, José María.
1962 Reminiscencias de Santa fé de Bogotá, Bogotá.
- » GONZÁLEZ PÉREZ, Marcos.
2012 Ceremoniales Fiesta y Nación Bogotá un Escenario, Bogotá
- » FÉRIX PERDOMO. Gustavo.
1991 Nueva Revista Colombiana del Folklore, Vol. 2, Número 10, Bogotá.
- » FRASCARA . Jorge.
2000 Diseño Gráfico para la gente, comunicación de masa y cambio social,
Buenos Aires.
- » GARCÍA QUINTERO. Felipe.
2003 El Pintor Efraím Martínez (1987-1956) El repliegue frente a la moder-
nidad artística y la afirmación del arte tradicional como sistema de
representación de un relato fundacional de la identidad cultural de
Popayán. Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas y Sociales.

- 
- » HENDERSON James D. HENDERSON Linda Roddy.
2003 Diez Mujeres Notables en la Historia de América Latina.
- » KURT. Lewin, TAX. Sol, STAVENHAGEN. Rodolfo, FALS BORDA. Orlando,
ZAMOSC. León.
1992 La investigación-acción participativa. Inicios y desarrollo. Santafé de
Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- » LONDOÑO ISAZA. Juan Luis.
2010 “Patrimonio Cultural para todos”, Bogotá, D.C.,
- » MARTINEZ CARREÑO. Aída.
1995 La prisión del vestido, Aspectos Sociales del traje en Latinoamérica.
Planeta colombiana editorial S.A.
- » MARTINEZ. Harold.
1986 Apoteosis a Popayán, VIDA Y OBRA DE EFRAÍM MARTÍNEZ ZAMBRA-
NO, Ediciones Andinas, Popayán.
- » MONTAÑA. Antonio.
1993 “Cultura del vestuario en Colombia “antecedentes y un siglo de moda
1830-1930, Santa fe de Bogotá ediciones fondo cultural cafetero.
- » MARTINEZ ZAMBRANO. Efraín.
1986 Apoteosis de Popayán, Popayán.
- » MELO DELGADO. Fidencio. N.
2011 Evolución Social, Política y Cultural de la Mujer, 1 edición, Pasto.
- » NOGUERA. María luz.
1974 De vestido, modas y confecciones. Volumen IV. Bogotá:
Canal Ramírez, Antares



» ORTIZ Renato
1998 Otro territorio: Ensayos sobre el mundo contemporáneo, Bogotá:
Convenio Andrés Bello.

» OSPINA WILLIAM
2013 América mestiza, Bogotá, Editora Géminis LTDA.

» PAZOS. Arturo.
1966 Glosario de quechuismos colombianos. Segunda edición imprenta
Departamental de Nariño, Pasto pág. 53.

» ROMERO, José Luis.
1999 “Latinoamérica: las ciudades y las ideas”. Medellín, editorial Univer-
sidad de Antioquia.


» ROSERO PANTOJA. José Eduardo.
2012 Bambuco sureño “La Ñapanga”, editorial Atenea. Popayán.

» RUEDA ENCISO, José Eduardo.
1993 Los Imaginarios y la Cultura Popular-Bogotá

» SANCHEZ. Oton, IRAGORRI. Luis Carlos.
1967 Antología General de los Patojos, Popayán.

» SILVA. Armando.
1997 Imaginarios urbanos. Cultura y comunicación urbana. Tercer Mundo
Editores. Bogotá.

» VELASQUEZ, TORO, Magdalena.
1989 La Nueva Historia de Colombia, tomo IV, Bogotá.



» VERGARA Y VERGARA. José María.
1974 Historia de la Literatura en Nueva Granada, Tomo I (1538-1790),
Bogotá.

