

Interculturalidad y percepción estética del Otro en profesores universitarios de Educación: un estudio psicosocial sobre creencias y sentido común local en Ecuador

Luis Alberto D'aubeterre Alvarado (luis.daubeterre@unae.edu.ec) Universidad Nacional de Educación (Ecuador)

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar creencias dicotómicas y configuraciones mitológicas e ideológicas del sentido común local, expresadas por docentes de la Universidad Nacional de Educación (UNAE) del Ecuador, a partir de la valoración/preferencia estética de pares contrastados de fotografías proyectadas con personajes femeninos y masculinos seleccionados de afiches publicitarios e Internet, presentando rasgos étnicos indígenas, criollo-mestizos ecuatorianos y anglo-europeos (estéticas: “folklórica”, “criolla” e “internacional”, respectivamente). Algunos presupuestos teóricos: a) Imagen: construcción polisémica implicando significados contradictorios que el espectador-intérprete percibe o ignora. Se analiza como discurso, pues supone: relatos, escenarios, sujetos, acciones, etc. b) Sentido común: proceso-producto de hermenéutica social, generando una comunidad de sentidos semánticos compartidos por grupos humanos con lengua, historia y territorio propios. Metodología: estudio de Campo, exploratorio, interpretativo. Procedimiento: se proyectó 5 pares de fotografías durante 1 minuto, sobre 5 Temas: Estudiantes, Parejas, Familias, Mujeres y Hombres. En una hoja de respuesta, los participantes debían decidir: “Me gusta” o “No me gusta” y escribir adjetivos calificativos para cada imagen. Seguidamente: 2 grupos de discusión focal sobre: “la belleza humana” (1 hora). Participaron 40 docentes voluntarios mixtos. Análisis psicosocial-semiológico. Resultados: a) los docentes UNAE valoraron ora positiva ora negativamente, personajes con rasgos anglo-europeos, mestizos e indígenas, sugiriendo no tener mayores sesgos de valoración étnica negativa. b) Creencias emitidas sugieren configuraciones ideológicas y mitológicas contradictorias del sentido común local. c) Las imágenes publicitarias utilizadas vehiculan narrativas estéticas y socio-culturales sesgadas que suponen un aprendizaje social mediático de la vergüenza étnica.

Palabras clave: Interculturalidad, estética, UNAE, sentido común.

Interculturality and Otherness aesthetic perception on universities teachers: a psychosocial study on beliefs and local common sense in Equateur

Abstract

The aim of this paper is to analyze dichotomous believes and mythological/ideological configurations expressed by teachers of Universidad Nacional de Educación (UNAE-Ecuador), related to their aesthetic valuation/preference of contrasted projected photograph pairs containing female and male personages selected from publicity posters and Internet, which showed ethnical distinctive features: indigenous, creole-mestizo and Anglo-European (“folkloric”, “creole” and “international” aesthetic, respectively). Some theoretical presumptions assumed: a) Image: polysemic construction involving contradictory meanings which could be perceive or ignore. It is analyzed as a discourse because it contains: tales, scenario, characters, actions, etc. b) Common sense: hermeneutical social process-product which produces a semantical meanings community shared by human groups who have their own languish, history and territory. Methodology: field study design and psychosocial-semiological analysis. Volunteers participants N= 40 teachers. Initially, there was projected 5 photography pairs for 1 minute to each group, then participants decided: “I like it” or “I don’t like” and then they wrote as many adjectives as they wanted. Subsequently, 2 focus groups started discussion about: “human beauty”. Results: a) teachers aesthetic valued positively or negatively photographs with indigenous, creole-mestizo and Anglo-European

features. It seems that participants have no ethno-aesthetic prejudices. b) Expressed beliefs suggest contradictory ideological and mythological configurations of local common sense. c) Used publicity images provide aesthetical and socio-cultural biased narratives which supposed a mediatic social learning of ethnical shame.

Keywords: Interculturality, aesthetic, UNAE, common sense.

Introducción

Este trabajo surgió hace año y medio como un proyecto de investigación centrado en comprender cómo en la muy joven Universidad Nacional de Educación¹, se ha podido construir una cierta noción de interculturalidad; cómo ésta es percibida, actuada e incorporada en sus principales actores sociales (estudiantes/profesores) y cómo dicha interculturalidad se ve reflejada en las prácticas cotidianas en aulas, pasillos, cantina, canchas deportivas, oficinas, baños y demás espacios del campus. ¿Por qué el interés sobre la interculturalidad? Este es uno de los conceptos clave del discurso oficial, inserto en la Constitución Nacional de la República del Ecuador (2008), en la Ley Orgánica de Educación, en otros textos legales del Ecuador y, además, en la malla curricular de la UNAE, como uno de sus cuatro ejes transversales. Por lo cual, ello debiera revertirse en la forma de hacer docencia y convivir en esta universidad de Educación, cuya Misión es transformar el sistema educativo ecuatoriano, mediante la formación de los futuros maestros del sistema educativo de ecuatoriano.

Entonces, se desarrolló un dispositivo de investigación tratando de integrar el concepto de imaginario social con la percepción estética del Otro, la discursividad y las creencias del sentido común local. Esta integración de: semiología de la imagen, psicología social y análisis del discurso, se propone comprender la percepción y valoración estética del Otro, a partir de una tipificación real, simbólica e imaginaria de modelos fotográficos. Para ello se utilizó 3 categorías *ad hoc* de estética: Folklórica, Internacional y Criolla. La intención fue comparar e interpretar las preferencias y valoraciones estéticas, por un lado y, por otro, las creencias implícitas y explícitas de los profesores de la UNAE y las configuraciones ideológicas expresadas por los participantes voluntarios en el estudio, en función de 5 pares de imágenes sobre los Temas: Estudiantes, Familias, Parejas, Mujeres y Hombres. Debido a los posibles sesgos profesionales que pudiesen existir entre colegas de la Carrera de Educación Intercultural Bilingüe respecto a la noción de Interculturalidad, el único criterio de selección de los docentes que participaron en este estudio, fue que trabajasen en las otras Carreras de Educación de la UNAE. La Universidad Nacional de Educación, constituye una experiencia atípica en el contexto educativo superior del Ecuador y del continente americano: un 40% de sus docentes son Doctores o PhD que provienen de 20 países, con culturas y lenguas diversas y formación académica interdisciplinaria. Todo lo cual supone una particular sensibilidad hacia la Interculturalidad.

Algunos presupuestos teóricos asumidos

La perspectiva epistemológica de esta investigación asume la complejidad multicausal de los eventos psicosocio-políticos, en función de una semiosis social propia (Verón, 1996), que

¹ La Universidad Nacional de Educación (UNAE), surgió a raíz del proyecto político “Revolución Ciudadana”, llevada a cabo por el Partido Alianza País, forjado por el ex Presidente Rafael Correa. Es una de las 4 universidades emblemáticas del Estado ecuatoriano, fundada el 19 de diciembre 2013 por decisión de la Asamblea Nacional del Ecuador. Inició sus actividades el 31 de marzo 2014 ([https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Nacional_de_Educaci%C3%B3n_\(UNAE\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Nacional_de_Educaci%C3%B3n_(UNAE)))

condiciona el aprendizaje social informal de los ciudadanos y nutre su sentido común. Entre los presupuestos teóricos que aquí asumidos, tenemos los siguientes:

a) Toda imagen es polisémica: implica una serie de significados (ora contradictorios, ora convergentes), de los cuales el espectador-intérprete puede percibir conscientemente algunos e ignorar otros. El sentido semántico aparece como una función latente, aunque las personas lo interpreten-entiendan como una lectura-percepción “natural”. La semiología de la imagen (Barthes, 1970), implica analizar la imagen como un discurso en la medida que plantea una cadena de significantes que suponen un relato posible: descripción(es), sujeto(s), acción(es). Esto permitiría establecer redes de relación de significado semántico: prioridades, acentos, intenciones no explícitas: es decir, una matriz de significaciones que cada contexto cultural, sociedad, etnia, pueblo o grupo minoritario, elabora a lo largo de su historia, pero que en el preciso momento del aquí y ahora, tienen un significado y una carga emocional particular para el individuo perceptor.

b) El discurso, constituye una práctica psicosocial y cultural de tipo fundacional: funda la realidad de la cual habla, pero ello no implica reducirla a lo que el discurso dice de ella. Asumimos la definición propuesta por Ian Parker (1992, p.5), a saber: “un discurso es un sistema de afirmaciones que construye un objeto”. Los “objetos” que construye el discurso pueden ser personas, animales o cosas, masculinos o femeninos: éstos no son más que atributos discrecionales para configurar el tipo de objeto que se requiere en un momento determinado. Muchos de los objetos referidos en un discurso no tienen existencia fuera de la discursividad, la cual se constituye en tanto dimensión simbólica (psicosocio-antropo-lingüística) propia de todo saber posible, fundada por las múltiples prácticas discursivas confeccionadas en los mundos de vida de la gente.

c) El sentido común, constituye tanto un proceso-producto de hermenéutica social, cuanto una comunidad de sentidos semánticos compartidos por un grupo humano que posee lengua, historia y territorio propios, dentro de cuyos parámetros se inventa la vida cotidiana de la gente en un lugar y tiempo históricos determinados. D’aubeterre (2009), define el sentido común como una dimensión trans-discursiva cargada de toda la sedimentación de sentidos que las palabras y las expresiones populares han ido y continúan atesorando, adecuando y transformando a lo largo de la historia de la lengua y hablas de cada sociedad, asimilando y adaptando materiales tan diversos como: afirmaciones oficiales, juicios y dogmas teológicos, saberes (instituidos, difusos, legales, proscritos), historia (oral y oficial), chistes, juegos, chanzas y chismes, informaciones de noticieros, canciones de moda, propaganda política, mensajes publicitarios, etc. Ello supone que las prácticas psicosociales de individuos, grupos, *mass media* e instituciones, despliegan una profusa producción de objetos intangibles (significaciones, ideas, creencias, representaciones, afectos, mitos, valores, fantasmas, imágenes, ideología, etc.), vehiculados discursivamente, mediante estrategias retóricas (a menudo contradictorias), para dar coherencia, credibilidad y consistencia a la realidad misma que se construye colectiva e individualmente.

d) El imaginario, es una dimensión social fundacional de la realidad humana que supone la capacidad de invención de formas y sentidos que instituyen relaciones de orden y des-orden distintas a lo “natural”. El imaginario no es opuesto a lo real, sino la condición misma de su posibilidad, integrando aspectos intangibles (imágenes, representaciones, metáforas, ideales, utopías, deseos, entre otros), de la realidad social de un colectivo humano determinado. El imaginario colectivo en tanto magma de significaciones fundamentales y fundadoras de significación (Castoriadis, 1993), no solamente se refiere a imágenes-representaciones del

mundo,² significa también la cristalización de aspectos significativos que no toman anclaje en la lengua, sino que se iconizan en imágenes de diverso género (acústicas, ópticas, cenestésicas), para estructurar al mundo sin la palabra. Implica un nivel de significación abstracto, distinto al discurso y la enunciación. No obstante, para describir lo imaginario y comunicarlo se requiere del lenguaje: entonces, se inventan las metáforas del mundo.

e) Vergüenza étnica. En psicología y psicoanálisis (Winnicott -2000-, Erikson -1994-, Piaget -1972-, Freud -1991-, entre otros), se afirma que el aprendizaje de la vergüenza forma parte del proceso educativo civilizatorio que la sociedad adulta impone al niño como parte de su experiencia de límites acerca de la conducta socialmente permitida o moralmente reprobada. La vergüenza constituiría un logro de la socialización temprana y el auto-control del individuo, gracias a la internalización de normas y pautas ético-morales instituidas culturalmente. En cuanto al término “etnia”, según Mires (1991), su evolución histórica está ligada a la etnología y la antropología del siglo XIX, articulándose con la noción de raza, como substrato biológico “objetivo” necesario para la racionalidad positivista del discurso ideológico-colonialista del expansionismo capitalista inglés, francés y europeo de la época: “las etnias se asimilaban al color de los cabellos, o de los ojos, o de la piel; a las estaturas y forma de los cráneos” (Mires, 1991, p.19). En las ciencias sociales contemporáneas, la noción de etnia ha ido despojándose de la supuesta objetividad orgánica que lo arraigaba a la antropometría, que “saltaba a la vista” gracias al Otro exótico. Por su parte, Rivero, Vidal y Barzó (2002, p. 78), definen la vergüenza étnica como un “proceso de desarraigo que padecen algunos individuos o grupos humanos por pertenecer a grupos étnicos sometidos a procesos de discriminación racial, social y cultural por parte de la sociedad dominante”. Introduciendo así, la dimensión socio-política dentro de este fenómeno, que implica considerar relaciones de dominación y conflicto, subrayando la discriminación racial y socio-cultural, que una sociedad dominante (mayoritaria o no), impone a otros grupos étnicos (minoritarios o no). Proponemos entender la vergüenza étnica, como un proceso-producto complejo y contradictorio que supone un sentimiento de inferioridad, minusvalía, pena y fealdad, asociado a una auto-imagen negativa y a la insatisfacción psico-socio-cognitivo-emocional que un grupo o individuo tiene para consigo mismo y para con sus semejantes.

Metodología

El diseño de investigación de este estudio psicosocial fue de campo, de tipo interpretativo, empleando un dispositivo metodológico que consistió en lo siguiente: a) se diseñó una presentación *Power Point* con 5 pantallas, cada una contentiva de un par de fotografías temáticas, estéticamente contrastadas, numeradas (1, 2) e identificadas con los siguientes Temas: “Estudiantes”, “Parejas”, “Familias”, “Mujeres” y “Hombres”. Cada fotografía fue intencionalmente seleccionada de acuerdo a tres tipos de Estéticas: “Internacional”, “Criolla” y “Folklórica”. b) Luego de cada proyección de pares fotográficos durante un (1) minuto, los docentes-participantes tuvieron dos (2) minutos para escribir en un formato de respuestas previamente distribuido, su preferencia estética para cada fotografía, colocando una “X” en un recuadro correspondiente a una de dos opciones: “Me gusta” o “No me gusta” y c) su valoración estética escribiendo en varias líneas, todos los adjetivos calificativos que se les ocurriese. Este procedimiento se repitió con cada par de fotografías temáticas proyectadas. Los criterios de selección de las fotografías fueron los siguientes: 1) éstas debían corresponderse con alguno de los cinco temas previamente establecidos (Estudiantes, Familias, Parejas, Mujeres y Hombres), en función de sus cualidades proyectivas y de empatía emocional con los docentes participantes voluntarios. 2) Las fotografías de cada par debían

² Lizcano (2006, p.54), advierte que “lo imaginario no es susceptible de definición [ya que éste]...excede cuanto de él pueda decirse pues es a partir de él que puede decirse lo que se dice. Por eso, al imaginario sólo puede aludirse [...] mediante metáforas y analogías”.

ser lo más equilibradas posible en: número, composición escénica-espacial, elementos del entorno, entre otros aspectos iconográficos. 3) Los personajes de las fotografías debían tener rasgos étnicos marcados (indígenas, criollo-mestizos y anglo-europeos), fácilmente identificables y diferenciables por los participantes. De un total de 200 fotografías tomadas directamente de Internet, tres (3) psicólogos voluntarios, profesores de la UNAE, seleccionaron diez (10) imágenes; éstas se distribuyeron en cinco (5) pares fotográficos de acuerdo a los Temas establecidos y siguiendo los criterios antes descritos.

Los participantes voluntarios del estudio, constituyeron una muestra intencional de 40 docentes mixtos (hombres y mujeres), con estudios de postgrado, edad promedio de 45 años, todos profesores universitarios de las Carreras de Educación en la Universidad Nacional de Educación (UNAE, Ecuador).

Procedimiento: a) luego impartir instrucciones respecto a la tarea y aclarar sus dudas, a los docentes participantes voluntarios se les expuso durante un (1) minuto, pares de fotografías temáticas numeradas (1 y 2), e identificadas con los siguientes títulos-tema: Estudiantes, Parejas, Familias, Mujeres y Hombres. Cada par de fotografías fue seleccionada y proyectada en contraste, de acuerdo a su estética: “internacional”, “criolla” o “folklórica”. b) Seguidamente, los docentes disponían de un (1) minuto para escribir en una hoja formateada, previamente distribuida, su valoración estética para cada fotografía, colocando una “X” en un recuadro correspondiente a dos opciones: “Me gusta” o “No me gusta” y c) escribió en varias líneas, todos los adjetivos calificativos que quisieran. Este procedimiento se repitió con cada par de fotografías temáticas proyectadas.

Posteriormente, se organizaron dos grupos de discusión focal, compuestos por unos veinte (20) docentes cada uno, sobre el tema: la belleza humana.

Análisis de Resultados: valoración estética del Tema Estudiantes

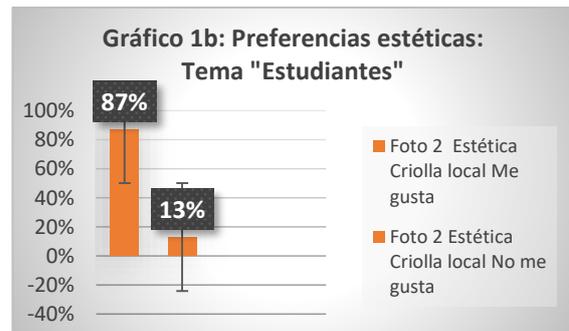
Como puede apreciarse en los Gráficos siguientes, las valoraciones y preferencias estéticas de los profesores de la UNAE participantes del estudio, variaron moderada o grandemente dependiendo de cada Tema propuesto en los pares de imágenes que les fueron proyectados, en función de su escogencia dicotómica (“Me gusta” Vs. “No me gusta”) y de sus valoraciones cualitativas (adjetivos calificativos).



Foto 1 Estética Folklórica



Foto 2 Estética Criolla



	Estética Folklórica Me gusta. Son...	Estética Criolla Me gusta. Son...
Resp.	coloridos (5), diversos(4), alegres (3), inclusión (2), integrados (2), felices (2), humildes (2), bonitos (2), interculturales (2), inclusivos (1), cultura (1), inteligentes (1), auténticos (1), cálidos (1), serios (1), participativos (1), organizados (1), sencillos (1), observadores(1), uniformes (1), unidos (1), pequeños (1)	alegres (7), jóvenes (4) felices (3), enérgicos (2), sonrientes (2), compartiendo (2), amigables (1), tranquilos (1), uniformes (1), inteligentes (1), unidos (1), relajados (1), frescos (1), dispuestos (1), dinámicos (1), entusiastas (1), sanos (1), emocionados (1), colaborativos (1), divertidos (1)
	Estética Internacional No me gusta. Son...	Estética Folklórica No me gusta. Son...
Resp.	tristes (3), rígidos (2), serios (1), inexpresivos (2), igualitarios (1), uniformes (1)	Igualitarios (1), uniformados (2)

Respecto al Tema Estudiantes (Gráfico 1a), los docentes participantes mostraron una mayor preferencia de la Estética Folklórica (Me gusta=70%), con respecto a su rechazo estético (No me gusta=30%). Igualmente ocurrió con la Estética Criolla expresada en la Foto 2. El Gráfico 1b, muestra mayor preferencia de la Estética Criolla (Me gusta= 87%) en contraste con su rechazo (No me gusta= 13%). Entre ambas estéticas, los docentes expresaron un nivel de preferencia ligeramente mayor por la Estética Criolla en comparación con la Estética Folklórica, para cuya foto emplearon mayor cantidad de adjetivos calificativos negativos (“tristes”, “rígidos”, “serios” e “inexpresivos”), que se corresponden con algunas creencias negativas expresadas sobre la Belleza Humana: “Cuando una persona está seria, rígida, inexpresiva, disgustada, no hay armonía ni belleza”; “La rigidez, la inexpresividad, la insatisfacción y la falta de alegría, genera desarmonía” (Cuadro 1).

Valoración estética del Tema Pareja

Curiosamente, los Gráficos 2a y 2b, muestran una idéntica valoración de las Estéticas Internacional y Folklórica, respecto al Tema Parejas, por parte de los docentes participantes

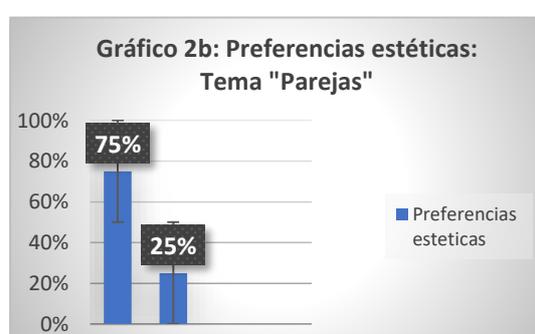
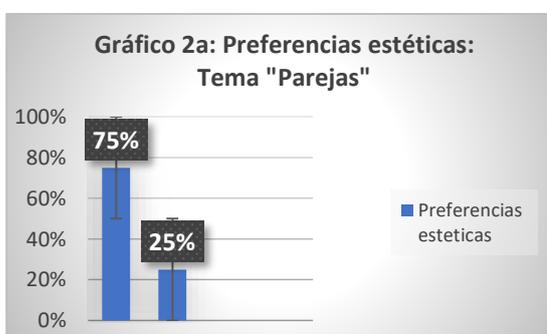
en el estudio. En ambos casos fue, mucho mayor la aceptación (Me gusta=75%), que el nivel de rechazo estético (25% No me gusta). Estos resultados idénticos en la valoración de ambas estéticas, supone un equilibrio relativo en la valoración de ambas estéticas, así como también una actitud de apertura y aceptación de la Otredad en su diferencia, lo cual parecería reforzar



Foto 1 Estética Internacional



Foto 2 Estética Folklórica



	Estética Internacional Me gusta. Son...	Estética Folklórica Me gusta. Son...
Resp.	felices (5), alegres (4), amigables (3), sonrientes (3), amorosos (2), cariñosos (2), confiables (2), armónicos (2), bellos (1), guapos (1), parecidos (1), enamorados (1), unidos (1), bonitos (1), risueños (1), extrovertidos (1), simpáticos (1), nórdicos (1), catires (1), estereotipos (1), comunes (1), extrovertidos (1)	auténticos (3), serios (3), reales (1), unidos (1), tranquilos (1), naturales (1), románticos (1), iguales (1), agradables (1), bonitos (1), andinos (1), aindiados (1), formales (1), iguales (1), complementarios (1), sencillos (1), parecidos (1), afectuosos (1), bellos (1), diferentes (1), indígenas (1), lindos (1), formales (1), religiosos (1), afines culturalmente (1), nuestros (1)
	Estética Internacional No me gusta. Son...	Estética Folklórica No me gusta. Son...
Resp.	clichés (2), pose comercial (1), estereotipos (1), presumidos (1), inauténticos (1), convencionales (1), planos (1).	serios (1), infelices (1), fríos (1), disgustados (1), inhibidos (1), introvertidos (1), enojados (1), mala cara (1)

la condición intercultural de la comunidad docente de la UNAE, en donde cohabitan profesores universitarios provenientes de 20 nacionalidades y 7 idiomas. Además, estos resultados van en el mismo sentido de las creencias positivas expresadas reiteradamente en los grupos focales, respecto al Tópico-objeto “la Belleza Humana”, afirmando que: “La belleza es la autenticidad del otro, aunque sea distinto a mí”; “En la diferencia del Otro esta la belleza”; “Todo ser humano es hermoso”; “La belleza es algo interior: coherencia, armonía del ser”; “No importa la apariencia externa del Otro, sino su armonía interior” (Cuadro 1).

Valoración estética del Tema Familias

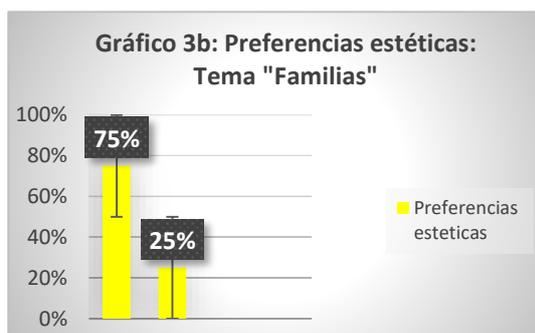
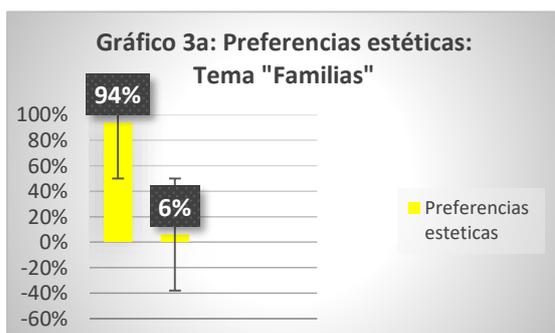
Con el Tema Familias, hubo mayor valoración-preferencia de la Estética Internacional (Me gusta=94%), respecto a la Estética Folklórica. Ello se evidencia en el Gráfico 3a., con la Foto 1, mostrando la imagen de una familia con rasgos anglo-europeos y un mínimo rechazo (No me gusta= 6%). Mientras que, respecto a la Estética Folklórica, si bien el Gráfico 3b muestra que hay mayor aceptación-preferencia (Me gusta= 25%), que rechazo (No me gusta= 25%), no obstante, prevalece una mayor preferencia-valoración respecto a la imagen de la Estética Internacional. Es interesante observar las adjetivaciones con las cuales se expresó la valoración estética negativa que hicieron los docentes participantes en el estudio: “serios”,



Foto 1 Estética Internacional



Foto 2 Estética Folklórica



	Estética Internacional Me gusta. Son...	Estética Folklórica Me gusta. Son...
Resp.	felices (5), alegres (4), amigables (3), sonrientes (3), amorosos (2), cariñosos (2), confiables (2), armónicos (2), bellos (1), guapos (1), parecidos (1), enamorados (1), unidos (1), bonitos (1), risueños (1), extrovertidos (1), simpáticos (1), nórdicos (1), catires (1), estereotipos (1), comunes (1), extrovertidos (1)	auténticos (3), serios (3), reales (1), unidos (1), tranquilos (1), naturales (1), románticos (1), iguales (1), agradables (1), bonitos (1), andinos (1), aindiados (1), formales (1), iguales (1), complementarios (1), sencillos (1), parecidos (1), afectuosos (1), bellos (1), diferentes (1), indígenas (1), lindos (1), formales (1), religiosos (1), afines culturalmente (1), nuestros (1)
	Estética Internacional No me gusta. Son...	Estética Folklórica No me gusta. Son...
Resp.	clichés (2), pose comercial (1), estereotipos (1), presumidos (1), inauténticos (1), convencionales (1), planos (1).	serios (1), infelices (1), fríos (1), disgustados (1), inhibidos (1), introvertidos (1), enojados (1), mala cara (1)

“separados”, “apartados”, “diversos”, “introvertidos”, “apáticos”, “tristes”, “desunidos”. Adjetivos que también se corresponden con algunas de las creencias negativas expresadas sobre la Belleza Humana: “Cuando una persona está seria, rígida, inexpresiva, disgustada, no hay armonía ni belleza”; “La rigidez, la inexpresividad, la insatisfacción y la falta de alegría, genera desarmonía” (Cuadro 1).

Valoración estética del Tema: Mujeres

El Gráfico 4a muestra total preferencia-valoración de la Estética Folklórica referida al Tema Mujeres (Me gusta=100%). Esto contrasta con la valoración-aceptación menor de la Estética Internacional (Me gusta=81%; No me gusta=19%), expresado por los docentes (Gráfico 4b).



Foto 1 Estética Folklórica

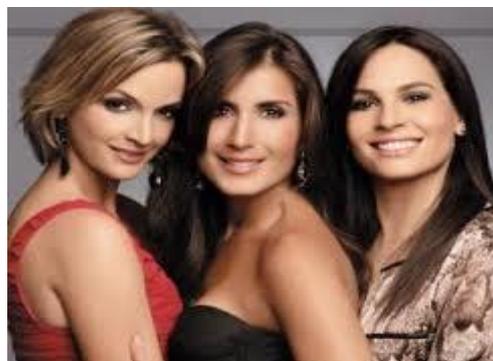
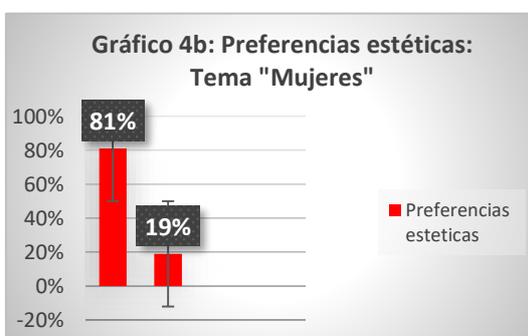


Foto 2 Estética Internacional



	Estética Folklórica Me gusta. Son...	Estética Internacional Me gusta. Son...
Resp.	alegres (4), felices (4), sonrientes (3), hermosas (3), naturales (3), coloridas (3), típicas (2), bellas (2), originales (2), bien vestidas (1), tradicionales (1), orgullosas (1), contentas (1), lindas (1), simpáticas (1), coquetas (1), representativas (1), espontáneas (1), puras (1), conectadas (1), bonitas (1), identificadas culturalmente (1), diversas (1), seguras (1), elegantes (1), étnicas (1), expresivas (1), sanas (1), independientes (1), interculturales (1)	alegres (4), bellas (3), seguras (2), confiadas (2), felices (2), unidas (1), amigables (1), bonitas (1), simpáticas (1), seguras (1), hermosas (1), sonrientes (1), bien vestidas (1), bronceadas (1), saludables (1), presumidas (1), expresivas (1), originales (1), lindas (1), modelos (1), coloridas (1), prototipos (1), occidentales (1).
	Estética Folklórica No me gusta. Son...	Estética Internacional No me gusta. Son...
Resp.		frívolas (1), superficiales (1), clichés (1), pose (1), comerciales (1), simples (1).

La valoración que hicieron estos hicieron sobre el par de imágenes del Tema Mujeres, indica una mayor preferencia por la Estética Folklórica con respecto a la Estética Internacional, cuya valoración negativa fue construida discursivamente, a través de las adjetivaciones siguientes: "frívolas", "superficiales", "clichés", "pose", "comerciales", "simples". Al respecto, vale destacar la consistencia de estas adjetivaciones con algunas creencias

expresadas sobre la Belleza Humana: “Es la autenticidad en el ser del otro, aunque sea distinto a mí”; “Es algo interior: coherencia, armonía del ser”; No importa la apariencia externa del otro, sino su armonía interior”; “Lo bello tiene que ver con la autenticidad de la persona” (Cuadro 1).

Valoración estética del Tema Hombres

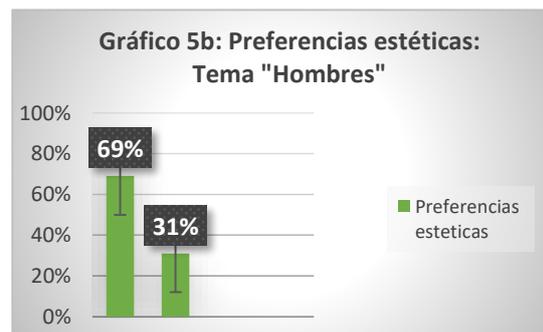
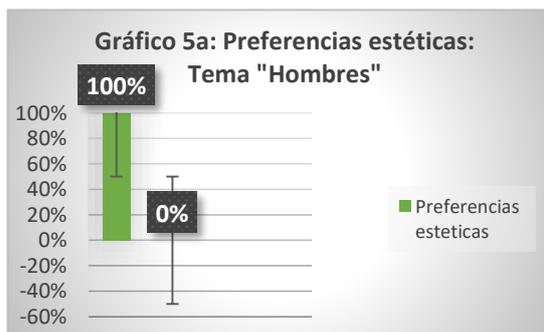
Finalmente, los resultados expuestos en el Gráfico 5a sobre el Tema Hombres, muestra que la valoración-preferencia que hicieron los profesores de la Estética Criolla fue total (Me gusta= 100%). Mientras que en el Gráfico 5b, se observa que el nivel de valoración positiva



Foto 1 Estética Criolla



Foto 2 Estética Folklórica



	Estética Criolla Me gusta. Son...	Estética Internacional Me gusta. Son...
Resp.	alegres (6), amigables (5), unidos (4), compañeros (3), Fraternos (1), afectuosos (2), variados (2), mestizos (2), modernos (1), amigos (1), jubilosos (1), sonrientes (1), latinos (1), familiares (1), comunes (1), maduros (1), bien vestidos (1), felices (1), extrovertidos (1), expresivos (1), dispuestos (1), regulares (1), tranquilos (1),	serios (7), auténticos (3), coloridos (2), folklóricos (2), tradicionales (2), interculturales (1), originarios (1), autóctonos (1), firmes (1), autnitaris (1), similares (1), étnicos (1), bien vestidos (1), variados (1), unidos (1), serios, solemnes (1), varoniles (1), orgullosos (1), concentrados (1), amigables (1), diferentes (1).
	Estética Criolla No me gusta. Son...	Estética Folklórica No me gusta. Son...
Resp.		serios (2), molestos (2), cansados (1), determinados (1), empoderados (1), reflexivos (1), poco amigables (1), disgustados (1), agresivos (1)

de la Estética Folklórica sobre este mismo Tema fue sensiblemente inferior (Me gusta= 69%), al tiempo que el nivel de rechazo expresado fue el más alto de todos los registrados

(No me gusta= 31%). A nivel discursivo, las adjetivaciones que expresaron tal rechazo fueron: “serios”, “molestos”, “cansados”, “determinados”, “empoderados”, “reflexivos”, “poco amigables”, “disgustados”, “agresivos”. Una vez más, se percibe consistencia discursiva entre estas adjetivaciones y algunas de las creencias expresadas acerca del Tópico-Objeto la Belleza Humana: “Cuando una persona está seria, rígida, inexpresiva, disgustada, no hay armonía ni belleza”; “La rigidez, la inexpresividad, la insatisfacción y la falta de alegría, genera desarmonía” (Cuadro 1).

Cuadro 1: Creencias dicotómicas de profesores UNAE

Matriz 1: Tópico-Objeto: LA BELLEZA HUMANA CREENCIAS POSITIVAS	Matriz 1: Tópico-Objeto: LA BELLEZA HUMANA CREENCIAS NEGATIVAS
<ul style="list-style-type: none"> - Es la autenticidad en el ser del otro, aunque sea distinto a mí. - Es la coherencia que hay entre lo que dice y lo que hace. - Es algo interior: coherencia, armonía del ser. - La vitalidad en la persona refleja una belleza que no es física, sino espiritual. - La belleza espiritual es muy superior a la belleza física. - No importa la apariencia externa del otro, sino su armonía interior. - Lo bello tiene que ver con la autenticidad de la persona. - La mente, la subjetividad de la persona, es fundamental en la belleza humana. - La belleza pasa por la ética y los valores de la persona. - Es una representación subjetiva que cada quien se ha hecho. - Es algo que se aprende. - Es producto de la armonía de las formas, facciones, gestos y atributos físicos de la persona. - Es un conjunto de atributos que no siempre se percibe en lo físico. - En la diferencia del otro está la belleza. - Todo ser humano es hermoso. - La alegría, la sonrisa es parte de la belleza humana. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando una persona está seria, rígida, inexpresiva, disgustada, no hay armonía ni belleza. - La rigidez, la inexpresividad, la insatisfacción y la falta de alegría, genera desarmonía. - La belleza femenina se asocia a ciertas medidas de un modelo convencional, comercial, ficticia. - Lo que percibimos como belleza humana, depende de estereotipos culturales foráneos impuestos por el sistema. - El mercado y los medios condicionan nuestra percepción de la belleza. - Lo que vemos bello, lo aprendimos cuando niños de nuestro medio social. - La televisión y los medios nos venden imágenes estereotipadas de belleza humana. - Hombres y mujeres somos muy imperfectos.

A manera de Conclusión

a) Considerando las limitaciones del diseño de este estudio exploratorio inicial, no es posible generalizar o concluir acerca de los hallazgos-resultados. No obstante, las diferencias registradas entre las preferencias estéticas, las valoraciones cualitativas (adjetivaciones), el tipo/número de calificativos y las creencias dicotómicas expresadas por los profesores participantes de varias Carreras de Educación de la UNAE, sugieren que habría una cierta

consistencia en el proceso de construcción de una noción de interculturalidad compartida entre los docentes de esta universidad, que tiende a una cierta percepción metafísica, humanista, universal, de las diferencias étnico-antropológicas y socio-histórico-políticas de las personas, a partir de una configuración discursiva de tipo ideológico, que tiende a naturalizar y a despolitizar “la Belleza Humana”, entendiéndola como: una esencia espiritual, una armonía intrínseca a todo humano, independientemente de su color y rasgos antropomórficos, su olor, sus atuendos, gestualidad y formas expresivas. Sin embargo, dos de los participantes expresaron críticamente, sus creencias respecto al condicionamiento socio-cultural que tienen las personas al percibir la belleza o no del Otro; destacando la influencia que tienen los medios de comunicación de masas, en imponer estereotipos foráneos de belleza: “Lo que percibimos como belleza humana, depende de estereotipos culturales foráneos impuestos por el sistema”; “El mercado y los medios condicionan nuestra percepción de la belleza”.

b) Si bien los docentes participantes voluntarios, mostraron preferencias estéticas tanto por modelos étnicos criollo-mestizos, indígenas y anglo-europeos, también fueron críticos con imágenes de Estética Internacional y la Estética Folklórica, lo cual tuvo correspondencia discursiva con algunas de las creencias negativas expresadas en los dos grupos focales realizados: “Cuando una persona está seria, rígida, inexpresiva, disgustada, no hay armonía ni belleza”; “La rigidez, la inexpresividad, la insatisfacción y la falta de alegría, genera desarmonía”. Lo interesante de estas creencias reiteradas por la mayoría de los participantes, es que contradicen sus creencias humanistas, esencialistas acerca de la “autenticidad” del Otro “aunque sea distinto a mí” como criterio universal de “Belleza Humana”. De hecho, la mayoría de los participantes valoró negativamente las diferencias culturales expresadas en los gestos, actitudes y formas expresivas emocionales de los personajes indígenas, que no correspondían a “lo convencional” y a “lo familiar” de la cultura criollo-mestiza-occidental. Ello redundó en un rechazo (No me gusta), sistemáticamente adjetivado de forma negativa: “serios”, “rígidos”, “inexpresivos”, “molestos”, “poco amigables”, “disgustados”, “agresivos”, entre otros.

c) Parece posible inferir una relativa eficacia del discurso oficial del Estado ecuatoriano, en la construcción de una noción de interculturalidad en el sentido común local. Desde su enunciado constitucional que lo refunda como “unitario, intercultural, plurinacional y laico”, reconociendo que “los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas” y que “las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible” (Constitución Nacional de la República del Ecuador, 2008, extraído de Artículos 1, 2 y 56, respectivamente), pasando por todas las demás expresiones del discurso jurídico-legal. Se entiende que la interculturalidad es un proceso socio-político de construcción en toda la sociedad ecuatoriana, que debe ser considerado como un valor pedagógico para todas las Carreras de Educación de la UNAE. De hecho, buena parte de las valoraciones-adjektivaciones positivas expresadas por los docentes participantes sobre Estética Folklórica (indígena), corresponden a expresiones del discurso oficial (Presidencial, Asambleísta, institucional y partidista), tales como: “diverso”, “inclusivo”, “cultura”, “ancestral”, “colorido”, “equitativo”, “orgullo”, “identidad”, “verdadero”, “propio”, “tradicional”, “auténtico”, “intercultural”, “originario”, “bello”, “autóctono”, “unido”, “nuestro”, entre otros. Sin embargo, habría una tendencia entre los docentes participantes, a entender que la interculturalidad (a pesar de ser uno de los “ejes transversales” del currículo), competiría particularmente, a la Carrera de Educación Intercultural Bilingüe, cuyos docentes, intencionalmente, no fueron convocados a participar en este estudio.

Referencias

Barthes, Roland (1970). *Mythologies*. Paris, PUF.

Asamblea Nacional (2008). Constitución de la República del Ecuador. En: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf (Consultado: 21/03/2017).

Castoriadis, Cornelius (1993). *La institución imaginaria de la sociedad II*. Buenos Aires: Tusquets.

D´aubeterre, Luis Alberto (2009). “Violencia social y discurso político presidencia venezolana: un estudio psicosocial”. En revista *Psicología & Sociedad*; 21 (3): 391-401.

Erikson, Erik (1994). *Un modo de ver las cosas*. México, Fondo de Cultura Económica.

Freud, Sigmund (1991). “Obras Completas”. Argentina, Amorrortu. En <http://www.bibliopsi.org/docs/freud/15%20-%20Tomo%20XV.pdf> (Consultado: 29/07/2014).

Lizcano, Juan (2006). *Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Madrid, Creative Commons

Mires, Fernando (1991). *El discurso de la indianidad: la cuestión indígena en América Latina*. Costa Rica, DEI.

Parker, Ian (1992). *Discourse dynamics: critical analysis for social and individual psychology*. London, Routledge.

Piaget, Jean (1972). *The moral judgement of child*. Michigan, Free Press Backpaper.

Rivero, Dalita/ Vidal, Silvia/ Barzó, Manuel (2002). “Enfoque de Etnias Indígenas de Venezuela. Hacia un Sistema Integral de Calidad de Vida y Salud”. Ed. Ministerio de Salud y Desarrollo Social y Agencia de Cooperación Alemana. Caracas. En <http://www.arqueologia.com.ve/indigena/Enfoque%20de%20Etnias%20Indigenas.pdf> (Consultado: 14/08/2016).

Universidad Nacional de Educación. En: [https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Nacional_de_Educaci%C3%B3n_\(UNAE\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Universidad_Nacional_de_Educaci%C3%B3n_(UNAE)) (Consultado: 12/02/2018).

Verón, Eliseo (1996). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, Gedisa.

Winnicott, Donald (2000). “Obras Completas”. En <http://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFG/ninez/calzetta/donald-winnicott-obras-completas.pdf> (Consultado: 07/04/2015).