



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO,
ESTIGACIÓN, RELACIONES Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL
(CEPIRCI)



MAESTRÍA EN PERIODISMO

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO

MAGÍSTER EN PERIODISMO

TEMA:

**“ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAFÉ ARTESANAL “BOLÍVAR” Y SU PERTINENCIA COMO
SIGNO DE COMUNICACIÓN INTRACULTURAL EN MANABÍ, en el período 2013-
2014”**

AUTOR:

LIC. REMIGIO GONZALO PISCO SÁNCHEZ

DIRECTORA DE TESIS:

Mg. LYDIA NAVAS GUZMÁN

MANTA-MANABÍ-ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

La presente tesis, titulada “ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAFÉ ARTESANAL “BOLÍVAR” Y SU PERTINENCIA COMO SIGNO DE COMUNICACIÓN INTRACULTURAL EN MANABÍ, en el período 2013-2014”, es trabajo original del Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, la misma que ha sido revisada, evaluada y aprobada bajo nuestra apreciación.

Para dar testimonio y autenticidad firmamos:

.....

Presidente del Tribunal

.....

Miembro del tribunal

.....

Miembro del tribunal

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de director de tesis, certifico que el trabajo de investigación, titulado “ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAFÉ ARTESANAL “BOLÍVAR” Y SU PERTINENCIA COMO SIGNO DE COMUNICACIÓN INTRACULTURAL EN MANABÍ, en el período 2013-2014”, elaborado por el Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, estudiante de la Maestría en Periodismo, ha desarrollado su trabajo investigativo con rigor, bajo los lineamientos científicos, jurídicos y académicos de la institución, por lo que apruebo la misma, pudiendo ser sometida a presentación pública y evaluación por parte del jurado calificador que se designe.

Atentamente

.....
Mg. Lydia Navas Guzmán

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, participante de la Maestría en Periodismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), declaro de forma libre y voluntaria que la presente investigación sobre el tema “ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAFÉ ARTESANAL “BOLÍVAR” Y SU PERTINENCIA COMO SIGNO DE COMUNICACIÓN INTRACULTURAL EN MANABÍ, en el período 2013-2014” contiene versiones inéditas.

Atentamente

.....
Remigio Gonzalo Pisco Sánchez

MAESTRANTE

DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a la valentía de mi hija, Emily, que hoy lucha lejos de casa, por alcanzar sus sueños académicos y profesionales, del cual el presente trabajo no es más que un guiño esperanzador de qué es posible alcanzar las metas y es justo obtenerlas cuando se imprime decisión, arresto y mucha fe.

A mi esposa e hijo, Elizabeth y Elián, quienes con amor y mucha paciencia, han sabido calmar y comprender los agotadores días que he transitado para avanzar en este complejo camino.

A la estirpe chola-montuvia de mis padres que desde siempre les dio el coraje y la creatividad para forjar un mejor futuro de los suyos, desde el arte ancestral de la caficultura en los campos del sur de Manabí, y desde el trabajo honesto en la ciudad que me vio nacer.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sentida gratitud, a quienes desde mi familia paterno-materna, los espacios académicos y laborales me animaron insistentemente en la culminación de esta meta, entre ellos Remigio y Celinda; el colega Carlos Intriago Macías, y mi Directora de Tesis, Lydia Navas Guzmán, quien asumió con profesionalismo y oportunas directrices, la orientación del presente trabajo.

Gracias a los eminentes docentes de la maestría, entre ellos, a la doctorando Valeria Cabrera que me permitió descubrir mi pasión por la semiótica y la filosofía de Charles S. Peirce.

Así mismo, agradezco a Eli, a Gaby, Stalin y Víctor, mis inolvidables compañeros de La Concha Asada, con quienes nos contagiamos de un permanente espíritu innovador para realizar inolvidables productos académicos.

Mi reconocimiento al Centro de Posgrado de la ULEAM, por estructurar un curso del más alto nivel, haciendo posible que esta Maestría de Periodismo, en su primera cohorte, alcance el **Reconocimiento a la Calidad** de la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado, AUIP.

EL AUTOR

INDICE

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL	pág. 1
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	pág. 2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	pág. 3
DEDICATORIA	pág. 4
AGRADECIMIENTO	pág. 5
ÍNDICE	pág. 6
RESUMEN	pág. 12
SUMMARY	pág. 13
INTRODUCCIÓN	pág. 14
CAPÍTULO I	pág. 15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	pág. 15
1.1. Contextualización	pág. 15
1.1.1. Contexto macro	pág. 16
1.1.2. Contexto meso	pág. 16
1.1.3. Contexto micro	pág. 17
1.2. Análisis crítico	pág. 18
1.3. Prognosis	pág. 19
1.4. Formulación del problema	pág. 22
1.4.1. Preguntas Directrices	pág. 22
1.5. Delimitación del problema	pág. 23

1.6.	Justificación	pág. 24
1.7.	Objetivos	pág. 25
1.7.1.	Objetivo General	pág. 25
1.7.2.	Objetivos Específicos	pág. 25
CAPÍTULO II		pág. 27
2.	MARCO TEÓRICO	pág. 27
2.1.	Antecedentes	pág. 27
2.2.	Fundamentos filosóficos	pág. 28
2.3.	Fundamentación teórica	pág. 31
I.	<u>SEMIÓTICA</u>	pág. 31
1.1.	Apuntes históricos	pág. 31
1.2.	La semiología a partir de Charles Sanders Peirce y otros autores	pág. 37
1.3.	Semiosis y semiósfera	pág. 40
II.	<u>EL SIGNO</u>	pág. 43
2.1.	Naturaleza y rasgos	pág. 43
2.2.	Funciones de los signos	pág. 46
2.3.	Clasificación de los signos	pag. 54
2.4.	El modelo del signo peirceano	pág. 60
2.5.	Signo y Objeto	pág. 63
2.6.	Primeridad, segundidad y terceridad	pág. 64
2.7.	Ícono, Índice y símbolo	pág. 66

III.	<u>COMUNICACIÓN Y CULTURA</u>	pág. 69
3.1.	Mirada relacional entre comunicación y cultura	pág. 69
3.2.	Mediación semiótica y comunicación de la cultura	pág. 75
3.3.	Intraculturalidad como significante de cultura (el micro contexto como significante del macro contexto)	pág. 79
3.4.	Intraculturalidad como comunicante de identidad (recuperación y transmisión de saberes)	pág. 81
IV.	<u>IDENTIDAD, CAFÉ ARTESANAL E INTRACULTURA EN MANABI</u>	pág. 84
4.1.	Argumentación de la identidad manabita	pág. 84
4.1.1.	Constructo del montuvio e identidad manabita	pág. 84
4.1.1.1.	El pueblo montuvio en el Ecuador	pág. 84
4.1.1.2.	Montuvio e identidad manabita	pág. 96
4.1.2.	El montuvio y la cultura cafetalera en Manabí	pág. 123
4.1.3.	El café tostado, molido y “pasado” como expresión intracultural en Manabí	pág. 131
4.2.	Fundamentación para el análisis semiótico del Café Artesanal “Bolívar”	pág. 157
4.2.1.	Semiósfera del café “pasado” desde la teoría de Iuri Lotman	pág. 158
4.2.2.	Café artesanal “Bolívar”, caracterización histórico-sígnica desde su retórica visual	pág. 159

4.2.3. Café “Bolívar” como objeto y como signo	pág. 159
4.2.4. Estudio semiótico de Café “Bolívar” desde la triada de Peirce	pág. 160
4.2.5. El discurso promocional de la identidad de Manabí asociado a la marca “Café Bolívar”	pág. 161
4.2.6. Operatividad de Café “Bolívar” como signo de comunicación intracultural manabita (Potenciales sentidos de relacionamiento o de conflictos de significación)	pág. 162
2.4. Fundamento legal	pág. 163
2.5. Hipótesis	pág. 167
CAPÍTULO III	pág. 168
3. METODOLOGÍA	pág. 168
3.1. Tipo de Investigación	pág. 168
3.2. Población y Muestra	pág. 169
3.2.1. Población	pág. 169
3.2.2. Muestra	pág. 170
3.3. Técnicas de Investigación	pág. 174
3.4. Operacionalización de las variables	pág. 176
3.4.1. Variable independiente: Análisis semiótico del café artesanal “Bolívar”	pág. 176

3.4.2.	Variable dependiente: Pertinencia (del café artesanal “Bolívar”) como signo de comunicación intracultural en Manabí	pág. 176
3.5.	Recolección y tabulación de la Información	pág. 177
CAPÍTULO IV		pág. 180
4. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		pág. 180
4.1.	Descripción y análisis de los resultados	pág. 180
4.2.	Análisis de los resultados con los potenciales sentidos o conflictos de significación del constructo café “Bolívar” como signo de comunicación intracultural.	pág. 249
4.3.	Comprobación hipótesis	pág. 259
CAPÍTULO V		pág. 264
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		pág. 264
5.1.	Conclusiones	pág. 264
5.2.	Recomendaciones	pág. 270
CAPÍTULO VI		pág. 274
6. PROPUESTA		pág. 274
6.1.	Justificación	pág. 274
6.2.	Fundamentación	pág. 277

6.3.	Objetivos	pág. 278
	6.3.1. General	pág. 278
	6.3.2. Específicos	pág. 278
6.4.	Importancia	pág. 278
6.5.	Ubicación sectorial	pág. 279
6.6.	Factibilidad	pág. 279
6.7.	Descripción de la propuesta	pág. 280
	6.7.1. Metodología	pág. 281
6.8.	Descripción de los beneficiarios	pág. 282
6.9.	Plan de Acción y actividades	pág. 282
	6.9.1. Cronograma de actividades de aplicación de la propuesta	pág. 283
6.10.	Administración y Recursos	pág. 283
6.11.	Financiamiento y presupuesto	pág. 284
6.12.	Evaluación	pág. 284
6.13.	Anexos	pág. 285

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	pág. 286
-----------------------------------	-----------------

ANEXOS

RESUMEN

La semiótica, entendida como la ciencia de los signos, nos conduce a reconocer en los objetos simbólicos, una amplia riqueza cultural y comunicativa, de enorme validez para los grupos sociales.

Las expresiones culturales y saberes ancestrales de Manabí, están marcados en la actualidad por el discurso del manabismo que busca fortalecer la identidad y sentido de pertenencia a la provincia, a sus saberes, tradiciones y a la cultura montuvia que es transversal en su construcción etnográfica.

Dentro de ese discurso, surge la tradición cafetalera de Manabí, que induce a su reconocimiento como uno de los argumentos válidos en la generación de un sentido identitario desde lo cultural y lo productivo.

En las siguientes páginas se podrá constatar las repercusiones de la caficultura en la cultura general de la provincia y en el adosamiento que se hace de la tradición del café artesanalmente tostado, molido y “pasado” a las acciones de rescate, difusión y preservación de las tradiciones manabitas.

Dicho análisis semiótico, cultural y comunicativo se hace a partir del constructo del café artesanal “Bolívar” y su promotor Bolívar Vidal Mendoza Tobar, cuya personificación del montuvio caficultor de la provincia, le ha valido su vinculación recurrente en los mensajes oficiales de identidad manabita, promovidos especialmente desde el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia.

SUMMARY

Semiotics, understood as the science of signs, leads us to recognize the symbolic objects, a wide cultural and communicative wealth, enormous validity for social groups.

Cultural expressions and ancestral knowledge of Manabi, are made today by the discourse of manabismo that seeks to strengthen the identity and sense of belonging to the province, to their knowledge, traditions and the montuvia culture that is cross in its ethnographic construction.

In that each, the coffee tradition of Manabi, which leads to recognition as one of the valid in generating a sense of identity from the cultural and productive arguments arises.

In the following pages you may determine the impact of coffee growing in the general culture of the province and the adjustment made of the tradition of artisan roasting, grinding and "last" to the rescue efforts, dissemination coffee and manabitas preserving traditions.

This semiotic, cultural and communicative analysis is done from the construct of artisan coffee "Bolívar" and its promoter Bolívar Vidal Mendoza Tobar, whose personification of montuvio coffee grower in the province, has earned its recurring linkage in official messages manabita identity, promoted especially from the Decentralized Autonomous Government of the province.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación realiza el análisis semiótico del producto “CAFÉ BOLIVAR”, como un café, producido y envasado artesanalmente por una microempresa del cantón Jipijapa, para establecer de qué manera sus características configuran un signo capaz de interpretar la identidad manabita, y de codificar una expresión de la cultura ancestral o contemporánea de la región, a tal punto de merecer la atención y el respaldo de entidades oficiales, especialmente del Gobierno Provincial de Manabí, que ha incorporado la imagen de Café Bolívar y de su promotor, Bolívar Vidal Mendoza, como parte de piezas promocionales de turismo e identidad manabita, difundidas en medios de comunicación, ferias y otros soportes.

El estudio propone la connotación simbólica e icónica de un producto genérico como el café tostado y molido, en pro de detectar un enlace de sus orígenes ancestrales con el entorno cultural que ha rodeado su producción artesanal y consumo social como acto interpretativo de expresión colectiva de la provincia. A sabiendas que Manabí, producto de la crisis económica y de la caída dramática de los precios internacionales, disminuyó drásticamente, desde finales de los ochenta, su producción de café; aún se cree en su tradición cafetalera y en la trascendencia del consumo de café pasado como un rito decadente pero capaz de significar un elemento dialógico intracultural válido para aportar un mensaje identitario que ésta investigación enfoca y testimonia desde el análisis semiótico.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

TEMA

Análisis semiótico del café artesanal “Bolívar” y su pertinencia como signo de comunicación intracultural en Manabí, en el periodo 2013-2014

Identificación de variables

- **Variable independiente:** Análisis semiótico del café artesanal “Bolívar”
- **Variable dependiente:** Su pertinencia como signo de comunicación intracultural en Manabí, en el Período 2013-2014

1.1.Contextualización

En semiótica, la pertinencia de un signo no es solo como objeto propio de comunicación que se emite y permite receptor un mensaje sino sobre todo como representación, entre otras cosas, de una estructura social que puede a su vez generar un sentido identitario de conglomerado geográfico, de cultura, de grupo o de participación e integración colectiva conforme a los distintos usos que el individuo en sí o en comunidad haga de los signos que la misma genera para comunicarse a través de ellos, tal como lo plantea Charles Morris (1938).

1.1.1. Contexto macro

En un enfoque macro, la semiótica como disciplina transversal a todas las demás disciplinas, puede abarcar un estudio infinito de un tema en particular que semiológicamente puede ser visto desde la *biosemiosis* o los signos de la naturaleza o la vida, la semiosis de los signos humanos verbales y no verbales, voluntarios o involuntarios, conscientes e inconscientes; o desde la socio semiosis en la medida que los signos circulen, sean vistos o compartidos como íconos, índices y símbolos. Roman Jakobson¹ sostenía que el objeto de **la semiótica es la comunicación de todo tipo de mensajes.**

1.1.2. Contexto meso

Para el caso del tema del presente estudio: Análisis semiótico del café artesanal “Bolívar” y su pertinencia como signo de comunicación intracultural en Manabí, en el periodo 2013-2014”, debe ser insertado en un meso contexto donde el signo, Café “Bolívar” sea abordado como objeto potencialmente *configurador de cultura y facilitador de relaciones comunicacionales* (Rivas Monroy, 2001).

¹ Lingüista y filólogo ruso (1896-1992), creador de las *Funciones del lenguaje*

Refiriéndose a Umberto Eco, Vidales (2001), señala que los procesos culturales hay que abordarlos como procesos comunicativos, ya que en ellos subyacen procesos de significación que los hacen posibles, lo cual, calza con lo sostenido por Clifford Geertz (1987), quien en su estudio antropológico de *“Interpretación de las culturas”* propugna que *el concepto de cultura es esencialmente un concepto semiótico*, en cuanto comparte con el sociólogo Max Weber de que el hombre ha tejido tramas de significaciones en las que se haya inserto como un animal en una urdimbre que es su cultura.

1.1.3. Contexto micro

De las citadas conceptualizaciones se colige que la cultura es un proceso comunicativo de significaciones y por tanto su concepto esencial es semiótico. Asumiendo este enfoque no hay que perder de vista, entonces, el tejido de los signos y sus significados que la cultura manabita ha generado en torno a elementos como el café artesanalmente procesado, tostado, molido y consumido en infusión. Es decir, hay un contexto micro que debe abordar el proceso semiótico construido y proyectado a través de la retórica visual y no visual del producto “Café Bolívar” como posibilidad de una socio semiosis que promueva, recupere o fortalezca el reconocimiento del “café artesanal” como

un signo que aporta al diálogo intracultural de la identidad manabita.

1.2. Análisis crítico

La semiótica se basa como disciplina en una unidad llamada signo, y como tal debe abordar cada signo de la forma como se genera, se interpreta y opera para crear sentido a las cosas con que se relacionan los actores que dialogan y se comunican mediados por mensajes que no son otra cosa que procesos de producción de significados en un contexto espacial, temporal o colectivo dentro del cual se da un intercambio de simbolismos.

Y *un SIGNO* no es precisamente la simple imagen de algo; de acuerdo a Charles Sanders Peirce (1978) se refiere más bien a sus cualidades intrínsecas que pudieran ser elementos característicos, propiedades o estado de cosas.

Se puede analizar que efectivamente el Signo “CAFÉ BOLIVAR”, en su estudio semiótico, no es precisamente el logotipo o la tipografía de estas palabras (marca “Café Bolívar”) ni los sonidos de su pronunciación, sino todo lo que encierra como *Representamen*: tradición manabita, cultura montubia, técnica artesanal, café, café molido, café pasado, turismo, gastronomía ancestral, origen, etcétera. La solidez de una o más de estas propiedades dependerá de las relaciones concretas o abstractas que establezca el intérprete y que

devienen de la inmediatez o la dinámica del objeto para conducir, a quien lo asume o lo observa, a un determinado Signo.

Es decir hay que valorar si el OBJETO café artesanal conduce al signo “Café Bolívar” y éste a su vez representa en Manabí, una relación o imagen concreta o abstracta, sea: CAFÉ PASADO, MANABÍ, TURISMO u otro constructo que evoque un sentido de identidad o pertenencia.

Dichas valoraciones tienen que estar contrastadas con la retórica visual del café artesanal “Bolívar” o con las piezas promocionales de Manabí, gestionadas por el Gobierno Provincial u otros entes oficiales, y que incorporan los elementos de aquel producto y la imagen de su promotor, Bolívar Vidal Mendoza.

De esta manera quedará evidenciado el nivel de operatividad y eficiencia del signo “Café Bolívar” en la socio semiosis que pueda generar para un diálogo intracultural de identidad manabita.

1.3. Prognosis

Aparicio y Delgado (2014) infieren que la Intraculturalidad es la valoración de los elementos propios de una cultura que supone la necesidad de “querer conocer” todo aquello que pueda generar un cambio que despeje prejuicios y estereotipos que pudieran recaer sobre el grupo (étnico, geográfico, social, entre otros). Pero este cambio no se promueve necesariamente desde el conocimiento mismo de la realidad

de un colectivo sino a partir de las percepciones que pueden motivar el cambio a introducir en el grupo para generar actitudes de afirmación intracultural (reconocerse desde adentro para interactuar con otros grupos externos).

Aquello entraña para las culturas, reconocerse aprendiendo de sí mismo. La recuperación y transmisión de saberes ancestrales es una arista importante de ese reconocimiento. Para el caso de Manabí varias organizaciones como universidades, gobiernos locales y provincial así como varios gestores culturales independientes promueven el rescate de saberes ancestrales ligados a la oralidad, la música, las artesanías, la agricultura y la gastronomía en pro de establecer referentes identitarios que puedan ser transmitidos a las actuales generaciones y que éstas a su vez se involucren en el rescate de costumbres y valores asumidos como propios de su identidad.

Por ejemplo, el Gobierno Provincial de Manabí, tiene entre sus procesos la Gestión Agropecuaria y Pesca y la Gestión Artesanal y de Turismo, algunas de cuyas funciones las asume la Dirección de Gestión Ambiental, Turismo y Riesgo, entre ellas “Coordinar eventos que rescaten y mantengan los saberes ancestrales orientados al turismo, las artesanías y el uso potencial de las cadenas de valor”.

Entre otros, el café es un elemento recurrente en las plataformas de promoción que el GPM monta en los eventos que realiza o en los que participa promoviendo el concepto de lo manabita y sus potenciales

atractivos. “Yo soy de Manabí” y “Con olor a café” se han convertido en la presente década en espacios emblemáticos para la exposición de costumbres y tradiciones, entre ellas la producción artesanal de café tostado, molido y “pasado”.

En dichos espacios, la provincia es presentada como un producto cuya cadena de valor es capaz de satisfacer expectativas históricas, culturales, gastronómicas, turísticas, entre otras. El café como elemento, aún asociado con la productividad de Manabí, atraviesa esa cadena en buena parte, de ahí que es presentado de igual forma en un evento local de tradiciones, como los ya mencionados, o en una feria nacional o internacional como la FITE, Feria Internacional de Turismo del Ecuador, en la que por varios años viene participando el GPM exponiendo en su plataforma el café artesanal mediante la recreación de su entorno ancestral a cargo del personaje Bolívar Vidal Mendoza Tobar y su producto, “Café Bolívar”.

Paralelamente, el mismo Gobierno Provincial de Manabí, ha desarrollado campañas de comunicación promocionando a la provincia a nivel nacional y local, en cuyos contenidos, sobre todo visuales y audiovisuales refieren el rubro del café a través de la imagen de “Café Bolívar”, considerado en las piezas promocionales de “Ven a Manabí, te espero” y “Manabí es todo”.

Sin embargo a pesar de estos hechos es necesario cuestionar si el utilizar el café artesanal como parte del recurso promocional y de

identidad del concepto Manabí, tiene objetivos claros y cumple los requisitos como motivante de un diálogo simbólico de pertenencia, de recuperación del saber ancestral, de atractivo turístico o de mero valor cultural.

Caso contrario estaríamos frente a un simple elemento folclórico que subyace en el anecdotario de una cultura o frente a una estrategia mercadológica para la imagen de una entidad de gobierno y para el mismo producto, café artesanal “Bolívar”; ambos adosados a un interés común de trascendencia particular que trata de interpretar parte de la riqueza cultural colectiva pero que la misma colectividad manabita no identifica los beneficios del simbolismo propuesto y que por lo tanto su reconocimiento en el café tostado, molido y “pasado” no despeja los prejuicios o estereotipos que recaen sobre Manabí, como concepto de identidad.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es la pertinencia del café artesanal “Bolívar” como signo de comunicación intracultural en Manabí?

1.4.1. Preguntas Directrices

- I. ¿Existe un nivel de importancia o trascendencia cultural del consumo de infusión de café tostado, molido y “pasado” artesanalmente, como elemento identitario de Manabí?

- II. ¿Hay un discurso formal de identidad en la incorporación de los elementos visuales de café artesanal “Bolívar” en campañas que asocian su imagen con Manabí?
- III. ¿Qué análisis antropológicos, culturales u otros estudios han mediado en la decisión del Gobierno Provincial de Manabí u otros organismos oficiales de promover a Manabí o su identidad con imágenes como las de Café Bolívar?

1.5. Delimitación del problema

- CAMPO: Comunicación
- ÁREA: Semiótica
- ASPECTO: Pertinencia del Signo como comunicador de intracultura
- TEMPORAL: 2013 a 2014 (con alcance al 2015)
- ESPACIAL: Manabí (Portoviejo, Manta, Jipijapa)

Cabe recalcar que esta delimitación responde a:

- a) El objeto de estudio se promueve en espacios públicos de los cantones Portoviejo, Manta y Jipijapa.
- b) Jipijapa, es centro histórico caficultor de Manabí y el país; Manta, fue el principal puerto de exportación cafetalera. Portoviejo es sede del Gobierno Provincial de Manabí, ente que ha promovido la identidad manabita, entre otros, con el recurso de la producción de café.

1.6. Justificación

Dentro del contexto de la comunicación de la cultura, es interesante saber hasta qué punto una iniciativa personal le “impuso” a entes oficiales su visión y constructo cultural de café artesanal o de café manabita y a su vez conocer los basamentos de organismos oficiales como el Consejo Provincial de Manabí para “asumir” comunicacionalmente como elemento identitario colectivo, una retórica visual venida de una concepción particular de recuperación de una tradición ancestral, cual es el consumo de café tostado, molido y pasado.

Suena interesante también conocer la argumentación del proceso comunicacional desarrollado en las campañas donde se ha incorporado la imagen de Café Bolívar asociada a Manabí y si éstas han sido concebidas como un real aporte al diálogo intracultural o si más bien constituyen el aprovechamiento evocativo de una vieja tradición con fines que no van más allá del mercadeo institucional.

Es decir cuál ha sido la relación semiótica y comunicación o semiótica y cultura estimada para desarrollar mensajes promocionales que a la vez sean dialógicos para el fortalecimiento de la intracultura y la identidad, a sabiendas que no han sido pocos los organismo oficiales como el Consejo Provincial de Manabí, Ministerio de Turismo, Instituto del Patrimonio Cultural, Gobiernos Municipales que han respaldado

oficial y extraoficialmente las exposiciones en ferias o en los medios, la marca “Café Bolívar” como referente de identidad de Manabí.

¿Habrá un choque de significantes en la construcción de un discurso semiótico no programado? Es interesante despejar esta interrogante que tiene que reflejar también qué tan representado está el “manabita” en este constructo que ya es muy conocido dentro y fuera de la provincia.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Analizar teóricamente la pertinencia del café artesanal “Bolívar” como signo de comunicación intracultural en Manabí

1.7.2. Objetivos Específicos

- Identificar el aporte del consumo de infusión de café tostado, molido y “pasado” artesanalmente, al constructo identitario de Manabí.
- Evaluar si el concepto “Café Bolívar” se asocia eficientemente al concepto de identidad de Manabí.
- Determinar desde la socio semiosis si los elementos de la retórica visual de “Café Bolívar” pueden operar eficientemente en la dialógica intracultural manabita.

- Analizar las estrategias consideradas por el Gobierno Provincial de Manabí u otros organismos oficiales para promover a Manabí a través de la imagen de Café Bolívar.
- Proponer alternativas que potencien el diálogo intracultural a través del café tostado y molido.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Hay autores como Morris (1985) que sostienen que los signos van más allá de sus significados y deben ser vistos en los usos que hacemos de ellos y como nos comunicamos con ellos. En sintonía con esta teoría, Rivas Monroy (2001), considera que la semiótica, debe entonces abordar el signo como instaurador de sentido, facilitador de relaciones comunicativas y configurador de cultura.

Cuando algo funciona como signo, necesariamente debe haber un proceso o contexto que facilita las relaciones simbólicas, sociales, culturales, identitarias y de diversos tipos que pueden desembocar en nuevas e interminables significaciones como propone el modelo triádico de Charles Sanders Peirce.

Es en el marco del enfoque peirceano que en el 2012 se realiza un ensayo académico titulado “Semiótica de la Promoción de una tradición” que aborda el café como un signo que es un objeto (café “Bolívar”) parte de un objeto total (café artesanal) que actúa como interpretante de relaciones inmediatas, mediatas o dinámicas (cultura, gastronomía ancestral, identidad montubia, Jipijapa, Manabí). Así

mismo el ensayo aborda los elementos que se utilizan para la socio semiosis o la socialización del signo “Café Bolívar”, esto es el ícono, el índice y el símbolo, tal como lo propone el propio Peirce.

Sin embargo, a partir del mismo objeto, la presente investigación propone llevar dicho ensayo a un estudio del signo “café artesanal Bolívar” para entender o evidenciar su pertinencia como instaurador de sentido y facilitador de comunicación en cuanto a saber su potencialidad como configurador de cultura y más específicamente como aportador eficiente a un diálogo intracultural de identidad manabita.

2.2. Fundamentos filosóficos

Desde el punto de vista de la epistemología de la investigación, el proceso científico implícito en el desarrollo del presente trabajo, pondera fundamentos como el positivismo, el post positivismo o la ilustración basada en el pensamiento de Emanuel Kant cuyas ideas apuntaban a que toda investigación científica debe constituirse de juicios a priori y a posteriori, para que pueda ser progresiva y así generar cada vez más conocimientos.

En cuanto al positivismo, este estudio valora la filosofía de Augusto Comte quien propone el conocimiento científico como punto culminante del saber humano, y que deriva en el fortalecimiento de esta corriente con fundamentos orientados a la objetividad y a sostener que

todo conocimiento debe ser verificable en cuanto provenga de la experiencia y el empirismo como principal modo de generar teorías. Este enfoque toma flexibilidad en el post positivismo que sostiene que existe una realidad que solo puede conocerse de manera imperfecta debido a las limitaciones humanas del investigador quien no se halla aislado de los fenómenos que estudia sino que forma parte de ellos y los influye.

El café tostado y molido puede ser, entonces, esa realidad cultural imperfecta de un colectivo humano que este estudio pretende influir, abordando y verificando sus elementos potencialmente connotativos.

Desde el enfoque central del tema propuesto. La presente investigación se allana en gran medida al fundamento de que un signo es una representación mental a través de la cual alguien puede conocer los objetos de la realidad y que de alguna manera define cómo el hombre se relaciona con el mundo. Todo esto a partir de los estudios del signo de Charles Sanders Peirce que él denominó *Semiótica* y que la investigadora y semióloga brasileña Lucia Santaella (2001) califica, ante todo, como filosofía científica.

Santaella rescata que, en términos generales, la semiótica es transversal y forma parte, por ejemplo, de la filosofía de la mente, la filosofía de la ciencia y la epistemología y que ignorar los fundamentos

fenomenológicos y epistemológicos del pensamiento de Peirce supone el riesgo de tomarlo como un tecnicismo de aplicación instrumentalista de este conocimiento.

Remarca que Peirce pretende dar “una unidad a este asunto filosófico (del signo) aparentemente diverso” y se aproxima a la concepción del pensamiento como semiosis, es decir como un proceso que expone una relación esencial entre el signo, el objeto y el interpretante. Esa misma relación que el presente estudio propone indagar no como la simple operatividad del signo (café “Bolívar”), el objeto (café artesanal) y el interpretante (cultura ancestral, turismo, gastronomía, identidad montubia, etc.) sino cómo la relación de estos elementos de la filosofía Peirceana concibe una semiosis mental o una socio semiosis capaz de aportar a la dialógica intracultural y ésta a su vez a una identidad colectiva, que bien puede apoyarse complementariamente en otros no menos importantes teorías semióticas como las de Iuri Lotman o Umberto Eco.

2.3. Fundamentación teórica

I. SEMIÓTICA

1.1. Apuntes históricos

La historia de la semiótica no es otra cosa que la historia del estudio del signo que se remonta posiblemente a la época clásica del año 530 antes de la era común, con Aristóteles, quien analiza los sustantivos en sus obras “*Sobre la Interpretación*” y “*Poética*” enmarcados en su tercer periodo de producción (348-322); y a la aparición de la obra *Cratilo* (360), en la cual Platón reflexiona sobre el origen del lenguaje. Posteriormente y en los alrededores de los años 301 antes de la era común, los *estoicos* y los *epicúreos* generan debate sobre las diferencias entre los “signos naturales” y los “signos convencionales”. En cuanto los primeros son generados por la naturaleza y los segundos diseñados para la comunicación (Cobley y Jansz, 2001).

Zechetto (2002) refiere que San Agustín de Hipona (354-430 d.c.), a diferencia de los pensadores clásicos, pensó que los signos convencionales eran apropiados para la reflexión filosófica y para manifestar los pensamientos y sensaciones como movimientos del alma. Desarrolló su noción del signo como toda cosa que hace que nos venga a la mente otra distinta. Por el humo conocemos que hay fuego o por una huella que un animal pasó.

Por su lado Santo Tomás de Aquino (1225-1274), sostuvo que *“el signo es todo aquello mediante lo cual alguien llega a conocer algo de otro”*, mientras que Guillermo de Ocka (1280-1349) fundamentó el “conocimiento abstractivo” sosteniendo que *solo las ideas mentales y las cosas individuales, son suficientes para explicar las ideas generales* (Zechetto, 2002).

En el siglo XIX, Ferdinand de Saussure (1857-1913), revolucionó el estudio del lenguaje y desarrolló el “*signo lingüístico*” como una diada o dicotomía: Significado y significante.

En otras palabras, el signo es una unidad lingüística con dos caras: El SIGNIFICADO o concepto mental que se evoca respecto de un término y que es inmaterial, y el SIGNIFICANTE que es material y se traduce en una materialidad acústica (los sonidos del término o palabra) o en una materialidad visual (las letras o la escritura misma del término o palabra). Ambos, en teoría de Saussure, son inseparables.

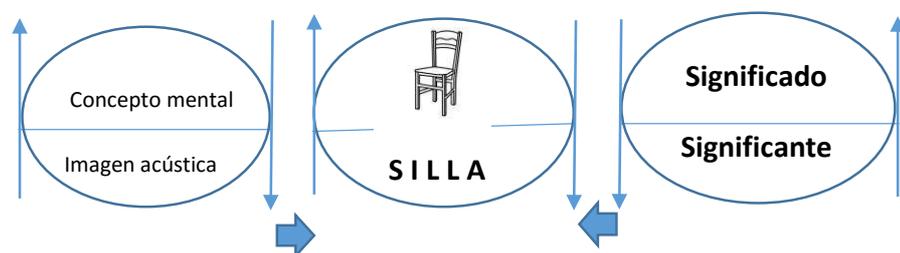


Figura 1. Ejemplo del signo SILLA

Elaboración propia

Contemporáneo a Saussure, surge Charles Sanders Peirce (1839-1914), un físico y filósofo norteamericano que desarrolló una compleja teoría que plantea que **el signo es una representación mental que permite a alguien acceder a objetos de la realidad**, pues el signo está en el lugar de otra cosa (objeto), que a su vez es solo una parte de esa realidad a la que se accede por el signo.

El signo –según Peirce- es un sistema triádico compuesta por los siguientes elementos:

Objeto: “porción” de la realidad que es representada, indicada o simbolizada por el signo

Representamen: el signo mismo representando a su objeto no en su totalidad sino bajo un aspecto o capacidad.

Interpretante: Es lo que está determinado por el signo (el significado de la representación); que es otro signo que se produce en la mente de una persona al entrar en contacto con aquella representación. Por ejemplo, al escuchar la palabra “casa”, todos podemos comprender de qué se trata, pero la variedad del objeto casa que se representa en las personas puede ser diferente en la mente de cada una: Casa grande, chica; de madera, de cemento; de campo, de ciudad; casa sencilla, sofisticada.

El interpretante (como la evocación mental de un tipo de casa) habrá de resultar de la relación con el conocimiento y saberes propios de una cultura común específica. Tanto el *Representamen* como el *Interpretante* son inmateriales o bien evocaciones mentales que posibilitan las operaciones simbólicas para comprender una determinada realidad (objeto) del mundo que nos rodea.

Para denominar toda aquella teoría que desarrolló sobre los signos, Peirce aplicó por primera vez el término **Semiótica**.

En la evolución del estudio del signo, como instrumento lingüístico o manifestación mental hasta llegar a configurar su complejidad científica a través de la semiótica como ciencia transversal de múltiples áreas del conocimiento como la psicología, la antropología, la comunicación, la cultura o la sociología; se perciben como momentos de abordaje: el estructuralismo y el post estructuralismo.

El estructuralismo como corriente filosófica, deja entrever que el mundo se compone de relaciones y no de cosas, dentro de lo cual hay una estructura mental capaz de dar significación a las cosas insignificantes y que el significado de algo depende de las cosas que le rodean en una determinada situación.

Saussure y Peirce, son las figuras cimeras del pensamiento semiótico estructuralista, pero hay otros nombres influyentes como Roland Barthes que acuñó la *semiología* como un análisis concreto de los procesos de sentido y un método de crítica ideológica. “Es una aventura que me viene del significante” (Barthes, 1993). Es personal –sostiene- porque en ese escenario de aventura es el sujeto quien se desplaza y no su expresión, haciendo significativo lo cotidiano. Barthes, asume el *signo semiológico* como signo cultural con una expresión y un contenido no solo auditivo sino que puede ser objeto, gestual, fotográfico u otro que a su vez tengan otras significaciones.

Otro pensador estructural, Román Jakobson (1896-1982), lingüista y filólogo ruso, propuso que todo signo emana de un *Destinador* y tiene un *Destinatario* y configura *funciones* jerárquicas propias para un modelo de comunicación: *fática, cominativa, afectiva, referencial, poética y metalingüística* (Cobley y Jansz, 2001).

Charles Morris, seguidor de la filosofía de Peirce, fundamenta en su *Teoría de los signos* que en la *semiosis* se perfilan tres niveles: *semántica, pragmática y sintaxis*. Que el

signo es algo que alude a algo para alguien y que el hombre es eminentemente un animal simbólico.

Como voz de un post estructuralismo, aparece el psiquiatra francés Jacques Lacan (1901-1981), de quien Copley y Jansz (2001) refieren que desde el psicoanálisis cuestiona la autosuficiencia del signo que propuso Saussure, asumiendo un modelo de desplazamiento vertical del significado al significante, y formula el funcionamiento horizontal del signo en dos ámbitos con una secuencia que nunca se encuentran:

s _____ **S**

Donde la **S** mayúscula es el significante que opera la significación del lenguaje y la **s** minúscula es una especie de “mundo interior” de la persona que no puede expresar a través de la significación. Lacan cita el ejemplo que desde niño no sentimos nada más que la necesidad de ocupar un sitio en el lenguaje que constituye un medio de significación preexistente antes de nacer y que al crecer vamos accediendo y siendo una especie de “prisionero” del *significante* que es el *lenguaje* donde podamos referirnos a sí mismo como sujeto social. Cualquier término, como “perro”, es adquirido en su concepto porque perro es un término preexistente de un lenguaje que le precedió al ser humano antes de nacer.

Por su parte, el semiólogo ruso Iuri Lotman (1922-1993), teorizó que la cultura es la suma de la información no hereditaria, adquirida, preservada y transmitida por los diversos grupos sociales, cuya clasificación de sus “formas culturales” deviene de su contextualización del signo. Junto a Umberto Eco (Italia, 1932), son las principales figuras que promueven la *semiótica de la cultura*. Eco enuncia el signo como cualquier cosa que puede tomarse como sustituto significante de otra y propone que la semiótica cubre la totalidad de la cultura como un fenómeno de significación y comunicación.

1.2. La semiología a partir de Charles Sanders Peirce y otros autores

La semiología tiene una vertiente anglosajona que la enfoca como “*el estudio de los sistemas de los signos no lingüísticos*” (Guiraud, 1972), mientras que Saussure dentro de la vertiente lingüística propone a la semiología como la “*ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social*”. Esta propuesta lleva a la *langue* (lengua o idioma) a la categoría de un sistema de signos que rige la producción de todo signo más allá, incluso, de la pura lingüística.

Por su lado, Barthes estimó para su época que la semiología era un complejo proceso en construcción y por tanto

era necesario desprender de la lingüística toda discursividad atinente a una suma de cuestiones agrupadas dicotómicamente: Lengua y habla; significado y significante; sistema y sintagma; denotación y connotación.

Barthes vaticinó que la semiología “será la ciencia de todos los sistemas de signos”

Sin embargo es Charles Sanders Peirce quien visualiza una teoría general de los signos que denomina semiótica y que bajo la influencia de la lógica, asume el signo como algo que representa un evento u objeto que significa algo para alguien. Consecuentemente la semiótica se encarga de estudiar dichas relaciones como el proceso (*semiosis*) por el cual algo se sitúa como un objeto para cierto intérprete.

En su enfoque semiológico o semiótico Peirce deja claro un tejido relacional entre los tres elementos que componen el signo (*representamen, objeto e interpretante*), para hacer más aplicable y contundente su operatividad en los procesos mentales generados por sus interpretantes. Así tenemos:

Relación del signo en si mismo:

Cualisigno: representa una cualidad o un sentimiento. El signo *rosa* por su aspecto y cualidades, despierta una emoción de afecto (de un hombre a una mujer), sensibilidad (amor, reacción

de ternura o gratitud), de tristeza (marchitas, tardías, ausentes o recordatorias de un hecho triste como un velatorio).

Sinsigno: representa un hecho concreto. La *rosa* tiene un color, un olor

Legisigno: el signo representa una convención social, una "ley". Se regala *rosas* para enamorar.

Relación del signo con el objeto.

Ícono: el signo imita el objeto. La fotografía de una *rosa*.

Índice: muestra e indica algo sobre el objeto. Un ramo de *rosas* frescas tirado en la basura, indica que hubo desagrado al recibirlo.

Símbolo: el signo no tiene relación con el objeto sino con una categoría de cosas que responden a un acuerdo social. Las *rosas* simbolizan amor, dolor, naturaleza, decoración, aroma agradable, afecto, emociones, belleza.

Relación del signo con el Interpretante

Rema (inmediato): el signo establece una relación de hecho inmediata. Rosa roja significa sentimiento.

Dicente (Dinámico): el signo constituye una relación de posibilidades. La rosa es un ramo, un clavel, blanca, amarilla, un afecto, un regalo, un sentimiento, una relación afectiva, una visita, un detalle elegante, un luto.

Argumento (final): el signo conduce a una única interpretación. Las rosas constituyen un habitual presente de personas enamoradas.

La *semiótica* de Peirce (*que asume que el signo puede ser cualquier cosa siempre que tenga las condiciones como tal*) no se contrapone a la *semiología* de Saussure (*el signo es meramente lingüístico*), pues en el fondo es una misma ciencia que se diferencia en la forma de abordar el estudio de las significaciones.

Tal es así que la *International Association for Semiotic Studies*, creada y con sede en París desde 1969, determina que las expresiones traducibles como *semiótica* y las traducibles como *semiología*, son sinónimos.

Con aquellas concepciones y precisiones, se puede inferir que la *semiología* se define como la ciencia general de los signos verbales y no verbales que median la comunicación en su más amplio sentido, siendo Charles Sanders Peirce su precursor y mentor como ciencia y como conocimiento transversal a otras ciencias.

1.3. Semiosis y semiósfera

Como ya se ha dejado notar en los apartados precedentes, la *semiótica* no solo se circunscribe a una teoría de

códigos o de significación sino que además es inmanente a una teoría de producción continua de signos que ilimitadamente llegan a comunicar nuevas significaciones sustentando una semiótica de la comunicación.

No obstante, el signo, sea como configurador de significado y significante o como configurador de relaciones en el sentido más amplio y codificadas dentro de una realidad comunicante, demanda un proceso inferencial en la mente del intérprete.

Tal como sostiene *Peirce* todo pensamiento es un signo o se da en signos por lo tanto la mente requiere hacer una conexión para asociar significados con significantes, objetos con interpretantes. Y es este proceso inferencial el que adquiere el nombre de *semiosis*.

La **semiosis** demanda la intervención de tres elementos: signo, objeto e interpretante. Cuando el intérprete inicia el contacto con el objeto significante y lo finaliza trayendo a su mente la representación o el significado de su percepción, entonces completa la semiosis, que no necesariamente es un proceso consciente sino que dependiendo de la repetición cotidiana de un signo se puede volver un hábito interpretativo automático e instantáneo.

La existencia de **la semiosis sin embargo no es posible fuera de una semiósfera**. Este enunciado se desprende de la teoría de Iuri Lotman sobre la *semiótica de la cultura y el texto* dentro de la cual sostiene que “*Los signos solo funcionan estando sumergidos en un continuum semiótico. Esta continuidad semiótica se denomina Semiósfera*” (Lotman, 2006).

La **semiósfera** no es más que el espacio donde habitan, conviven e interactúan los signos, mismos que pueden ser interpretados como textos en tanto son portadores de una información capaz de generar una semiosis sin límites.

El uso e interpretación de los signos (*semiosis*) propios del sistema sígnico de una determinada cultura forman la *semiósfera* y ésta se particulariza en la medida que un colectivo o grupo social tenga “su forma” de ver e interpretar el mundo.

La **semiósfera** configura un espacio dentro y otro fuera de ella delimitados por una “frontera” que no es otra cosa que –de acuerdo a Lotman- la suma de los filtros a través de los cuales un texto se traduce a otro lenguaje que está fuera de la *semiósfera* determinada.

Dicha frontera no cierra el espacio sino que lo configura, delimita, ordena y hace reconocible la semiósfera. Lotman agrega que es desde la posición del investigador u observador

del espacio o continuum semiótico donde se determina por donde pasa la frontera de una determinada cultura.

La semiósfera también se asume como un conjunto de textos y lenguajes cerrados unos con respecto de otros.

II. EL SIGNO

2.1. Naturaleza y rasgos

En términos sencillos y de mera acepción semántica se puede resumir que el *signo* es un objeto o una acción que reemplaza o representa a otra, por naturaleza o convención.

Para que su condición como objeto o como acción material se cumpla, el signo debe portar información, sentido y ser un medio de acceso a una realidad particular. Es decir, debe provocar una interpretación de algo bajo unas condiciones específicas.

El signo por naturaleza, entraña un acto comunicativo, determina situaciones y relaciones sociales entre grupos humanos y genera mensajes y actos interpretativos que incluye significantes y significados que se procesan en la mente tanto de un emisor como de un intérprete. Redondo (2009) recalca el argumento de Peirce que sostiene que fundamentalmente el signo opera entre dos "*mentes o teatros de consciencia*"

Bajo el criterio de que un signo es algo que está en lugar de otra cosa debemos colegir que, fuera del significante y significado

estrictamente lingüístico propuesto por Saussure, hay muchos otros objetos como un sonido, una fotografía, una señal de tránsito o corporativa, un gesto, un estado emocional, que pueden generar referentes de significancia convencional y por tanto ser tomados como signos de algo en particular.

El signo, sin embargo, para operar como tal debe presentar características y rasgos como:

- **Tener forma o aspecto físico que lo haga perceptible:** sonido, palabras, imagen icónica, simbólica, aroma, acción material (gesto, movimiento, desplazamiento, obra artística), entre otros.

JINGLE BELL: Sonido significativo de música navideña

PELIGRO: La escritura de esta palabra significa una advertencia de algo

FOTO: La fotografía del Papa puede significar icónicamente él mismo en su función de líder de la iglesia católica.

CRUZ ROJA: Su percepción gráfica puede simbolizar la existencia de un punto de ayuda humanitaria, de un socorrista, de donación de sangre, de solidaridad, entre otros.

CAFÉ: la percepción de su aroma puede significar estar próximos o ante la presencia del producto en un estado específico: bebida caliente o grano tostado.

GESTO: Un estrechón de manos puede significar un saludo afectuoso

OLAS: El movimiento de olas continuas y de gran tamaño puede significar un mar embravecido.

AMBULANCIA. El veloz desplazamiento de una ambulancia puede significar una emergencia médica.

MONUMENTO: el monumento al Atún puede significar la ciudad de Manta o su actividad pesquera.

- **Referir algo diferente de sí mismo:** El conjunto de franjas horizontales amarillo, azul y rojo con un escudo de armas centrado, no se representa a sí mismo como el objeto bandera sino que refiere otro específico: un país, en este caso, ECUADOR.
- **Ser reconocido como tal (como signo) por alguien:** alguien debe ser capaz de captar el significado que porta. El ícono de un teléfono en la vía pública no funcionaría como signo si alguien no reconociera que a través de él se indica la existencia en el lugar de sitios o puntos para comunicarse telefónicamente.

Para cerrar este apartado, es importante traer a colación lo abordado por Bruchot (1986) sobre el pensamiento de San Agustín, quien en su definición del signo sostenía “...*pues todos los signos son cosas, aunque no todas las cosas sean signos*”

2.2. Funciones de los signos

Las teorizaciones científicas del signo esbozan de alguna manera una función implícita del mismo desde el punto de vista de

cada teórico, aunque casi ningún autor, de los referidos en esta investigación, dejaron explícitas las funciones de aquello que teorizaron como signo; sin embargo, es posible proyectar, de alguna manera, las funciones del signo, según las visiones semiológicas más reconocidas.

Pues bien, al establecer **Ferdinand de Saussure** el signo lingüístico como una dicotomía de significante y significado de las palabras de una determinada lengua o idioma, deja notar que la **función** esencial del **signo-palabra** es **dotar de contenido semántico a los signos** que el lenguaje provee al pensamiento al visualizarse (leer) una determinada palabra o escuchar el sonido o el estímulo acústico de la pronunciación del término.

Por su lado **Charles Sanders Peirce**, deja entrever en sus estudios -casi con nitidez- entre otras, las **siguientes funciones de su signo** triádico:

- **Causar una acción**, por efectos del significado del signo o Representamen. La luz roja del semáforo dispara en el conductor, la acción de detenerse. La acción provocada por el signo puede desembocar también en afecciones sónicas relacionadas con el universo de experiencias del intérprete situado en el pasado o proyectado al futuro. Por ejemplo, los elementos que aparecen en una imagen fotográfica, como signo de categoría icónica, pueden generar recuerdos, evocación, nostalgia.

La acción, la experiencia o los vínculos con algo, aparecen cuando la mente, en la ***búsqueda de las consecuencias del pensamiento***, recrea imágenes de afección en la memoria.

- **Comunicar ideas**, en cuanto esas ideas no son signos en sí mismo sino una potencialidad para encarnar un signo del mundo interior o exterior al pensamiento del intérprete. Ver un bastón puede comunicar una idea de ayuda para personas afectadas por la avanzada edad o por problemas físicos, sin embargo, para alguien puede representar un signo de vejez.
- **Provocar una interpretación**, que puede ser en teoría de Peirce, producto de un interpretante que opera en la mente del intérprete de forma inmediata, dinámica o final (habitual). El signo ROPA para la mente de alguien (una mujer, por ejemplo) puede ser prenda de vestir (*inmediato*); moda, elegancia, comodidad, estilo, estatus, femineidad (*dinámico*) o un conjunto de blusa y falda (*hábito*).
- **Representar un aspecto de los Objetos**, en cuanto a que Peirce sostiene que un signo representa una cualidad o capacidad en particular del objeto con el que se relaciona y a través del cual se accede al conocimiento de una realidad más amplia. La torre Eiffel como signo del objeto Francia, apenas representa una estructura arquitectónica referente del país, a través de la cual alguien puede evocar el hecho de conocer también la historia, la cultura, la

geografía, la etnografía, la gastronomía y otros aspectos de la nación francesa.

- **Mediar y relacionar (primeridad, segundidad y terceridad)**, para Peirce, el Signo como una *primeridad* funciona como una mediación entre una *segundidad* (**Objeto**) y una *terceridad* (**Interpretante**) pero a su vez esta terceridad está determinada por la primeridad (**Representamen**) que es esa “**cualquier otra cosa que esté determinada por otra**”, dándose así la relación triádica que define el signo peirceano.

Por ejemplo, el signo Computador media entre el objeto Computador (visto en la forma que este fuera) con sus interpretantes que pueden ser: Computador personal (inmediato); informática, datos, tecnología, capacidad, velocidad, portátil (dinámico); o laptop (final).

La primeridad refiere la **cualidad** del signo computador que media para determinar la segundidad o el **efecto** del objeto computador (visto en la forma que este fuera) y poner ese efecto o interpretante sobre una persona como una terceridad o **producto** (laptop) en relación con su *Representamen*, Computador.

- **Dialógica**, en la medida que a Peirce le parece que todo pensamiento cognitivo es de naturaleza sígnica o comunicación de una mente emisiva a una mente interpretativa. Es decir que en

su funcionamiento el signo es el enunciado que genera un diálogo, donde su objeto representado actúa como *emisor* y el interpretante refiere al *intérprete* del mensaje.

Para la semióloga Lucía Santaella (2001) es *una construcción conceptual abstracta, que parte del modelo de comunicación de una conversación que puede darse entre seres humanos (...)*

Por ejemplo, un síntoma corporal puede ser un enunciado sígnico que el paciente reconoce de algún modo en su mente y lo transmite (emite) para que sea interpretado por su médico.

Para **Roland Barthes**, el **signo** no es un objeto sino un sistema semiológico que conlleva a una práctica o construcción discursiva, **cuya función esencial es connotar** todo el sentido que la cultura va construyendo con nuevas connotaciones, por tanto la función del signo tiene un valor antropológico. Por ejemplo, una ciudad puede ser un texto con una suma de connotaciones, referidas a su historia, sus calles, sus espacios colectivos, las interacciones de sus habitantes. De hecho, *Barthes* asume en su teoría que la ciudad es un discurso, un verdadero lenguaje con el que habla a sus habitantes, y a su vez éstos hablan la ciudad cuando la miran, la caminan, por el hecho de vivir en ella.

Dicho discurso colectivo de ciudad puede tomarse como un sistema semiológico, ponderado también por Mario Margulis (2002)

quien señala que *“La ciudad, al igual que la lengua, refleja la cultura: un mundo de significaciones compartidas.”*

El lingüista ruso **Roman Jakobson**, es en definitiva quien propone, desde el lenguaje, una de las listas de funciones del signo más elaboradas. Propuso un **conjunto de seis funciones de signos** y lenguajes, de acuerdo a su posición adquirida dentro de un modelo comunicativo. A saber:

- **Conativa o apelativa** o de contacto entre emisor y destinatario.
Ej: un policía de tránsito ordena detenerse a un conductor
- **Fática** o canal de contacto entre los interlocutores. El saludo entre dos personas, es un claro ejemplo.
- **Referencial**, cuyo eje es el contexto por el cual se designan objetos, hechos, personas, noticias, entre otros, sustituyendo una cosa por otra. Ej: *El ex presidente Mujica, ha sido uno de los más populares en América Latina en los últimos veinte años.* Los noticieros son típicos contextos con mensajes referenciales.
- **Estética** o forma de los lenguajes, dimensión poética o artística de los mensajes. Ej: *“Yo soy Ecuador”*. Se trata de un mensaje que retórica y poéticamente propone a la persona como sinónimo de país.
- **Emotiva** o provocar la reacción emotiva de los destinatarios; mensajes que tocan los sentimientos. Ej: *“Yo amo New York”* se

propone subjetivamente el vínculo emocional a una ciudad como receptora de un sentimiento personal

- **Metalingüística** o de aclaración y explicación de otros códigos o signos del lenguaje mismo. Por ejemplo un idioma que puede estar contenido en un diccionario que a su vez contiene múltiples términos y palabras con múltiples conceptos que los aclaran o los explican.

De su lado otro semiólogo ruso, **Iuri Lotman**, considera al **signo como una unidad cultural entera**, un sistema organizado de signos, **cuya función es crear, recrear, imaginar continuamente dentro de un espacio cultural que se considera como un texto** de todas sus manifestaciones. Esa unidad es el espacio delimitado o la *semiósfera* donde habitan, conviven e interactúan todos los signos de ese constructo cultural, capaz de generar, incluso, una *semiosis* ilimitada que agrega o expulsa significaciones provenientes de dentro o de fuera de la semiósfera.

Por último, el escritor y semiólogo italiano **Umberto Eco**, deja entrever en sus estudios que la **función primordial del signo es constituir un texto de datos culturales** referenciales de todos los entornos y escenarios posibles donde se da la interacción humana, bajo el concepto de que el signo trata de *todo*.

Para finalizar este apartado, es importante considerar la propuesta de Tony Thwaites (1994), quien basado en lo elaborado por Roman Jakobson, define tres categorías en las que se insertan las funciones de los signos. Estas son:

- **Funciones de significación:**

Referenciales: Referido a algún contenido en particular

Metalingüísticas: Alude los códigos por los cuáles el signo se puede interpretar

Formales: Comprende los formatos o la escritura formal del signo o del lenguaje.

- **Funciones de dirección:**

Expresivas: construida a partir de una persona o exponente autorial (de autor). El ruego es un ejemplo: por favor, llévame a la fiesta.

Connotativa: Se construye por un destinatario o lector ideal. Por ejemplo, una película puede ser interpretada por varias personas, cada una a su manera.

Fáticas: Se construye de una relación entre exponente y un destinatario. El ejemplo puede ser el gol de un equipo, narrado en la transmisión de un partido de fútbol para los seguidores del evento o del equipo que anotó.

- **Funciones contextuales:**

De acuerdo a Krees y Van Leeuwen (1996), la situación social en la cual opera el signo, en cuanto que desde la semiótica social se plantea que todo sistema semiótico tiene esencialmente tres meta funciones:

Meta función ideacional: Desde un sentido referencial o pseudo referencial representa los aspectos de las experiencias del hablante en su relación con el mundo real que le rodea. Determina la forma de ver el mundo. Codificación de un evento o un comportamiento.

Meta función interpersonal: Es interactiva y relaciona al productor de un signo con el receptor reproductor de ese mismo signo. Expresa los diversos roles sociales, incluso los que cada cual asume en la comunicación. Actitud del hablante respecto a lo que dice y a quien lo dice (entonación).

Meta función textual: Sirve para formar conjunto de signos o textos coherentes en lo interno y dentro del contexto en que fueron producidos. Establece la correspondencia de una lengua con la situación en la cual se emplea. La

tematización es el recurso principal de esta función para que el interlocutor siga el hilo de lo que se está diciendo.

2.3. Clasificación de los signos

Existen varias propuestas para clasificar los signos: de acuerdo a su origen (*naturales y artificiales*), por su uso dentro y fuera del lenguaje (*verbales y no verbales*), por su relación causal o contigua (*síntomas e índices*), por su capacidad de producir o representar sentidos (*productivos y sustitutivos*), por el vínculo del signo con su objeto referente (*motivados y convencionales*), entre otras.

Sin embargo, la semiótica contemporánea asume que al ser el signo una “convención cultural” o social que designa una cosa por otra, no existen tales signos naturales como los expresados por la naturaleza, el cuerpo o los estados de ánimo; porque sus manifestaciones no constituyen *per se* convenciones sociales sino fenómenos físicos, psíquicos o somáticos.

El humo es tal por ser un fenómeno físico no por un acuerdo social. El síntoma y su relación con una enfermedad es algo pre existente que la medicina descubre para diagnosticar esa enfermedad en varios o millares de pacientes, sin ser esto un acuerdo colectivo de esas personas para experimentar esos síntomas y volverlos signos de su patología.

La ira o la alegría son manifestaciones psíquicas del ánimo que están ahí por ser procesos naturales del ser humano y de su mente no por acuerdos entre todos quienes están alegres o furiosos.

Solo en el momento cuando las personas toman distancia de esas manifestaciones naturales y la llevan a un uso emotivo o perceptivo de algo más allá de lo natural, entonces recién caería todo aquello en el campo sígnico.

El humo no es signo por indicar fuego, pero si podía ser signo cuando las tribus lo utilizaban como señal de comunicación de victoria o derrota en sus combates con otras tribus.

La fiebre corporal no es signo por indicar infección, pero puede serlo en el momento que la palabra se utilice para representar la “calentura” o la “enfermedad” como concepto de otros ámbitos: “fiebre del fútbol”.

La alegría no es signo por indicar un buen estado de ánimo, pero puede serlo cuando la persona adopta un gesto o una postura particular para expresarlo (cara muy sonriente) y más aún si este gesto es concebido como indicador de similares u otros estados positivos de la mente mediante una graficación que sustituye su presencia aun cuando no podamos ver a la persona que está feliz, satisfecha, contenta, optimista (ejemplo la carita feliz en las conversaciones virtuales).

En todo caso en la semiótica contemporánea se asume la siguiente clasificación con los principales signos que se utilizan:

ÍCONO: Establece una relación de semejanza del signo con el objeto, la cual puede expresarse a través de una *imagen*, un *diagrama* o *metafóricamente*.

Una fotografía de un parque representa y se relaciona precisamente con eso: un parque. En un dibujo o diagrama lineal de una pantalla rectangular y un teclado se representa en similitud a un computador, no más que eso.

Metafóricamente el concepto blancura de la nieve puede representar el concepto blancura de una sonrisa o una dentadura.

La iconicidad no es más que el grado de similitud del signo con las características del objeto que representa y que se aproximan a sus aspectos reales. Y esta representación pertenece a lo posible. Un ícono se refiere y denota a un Objeto en virtud de características que le son propias, y que posee igualmente, exista o no exista aquel Objeto.

ÍNDICE: La relación del signo con el objeto que representa es de continuidad y de afectación.

De alguna manera se trata de una relación existencial -en espacio y tiempo- del signo con ese algo representado, del cual se halla afectado, conectado o dirige la atención hacia él.

El ulular de la sirena de un carro de bomberos capta la atención como índice de un incendio. El aroma de las flores que invade la calle nos orienta a la proximidad de un jardín. El color o aspecto de una mancha roja en el piso nos puede indicar la existencia de un accidente o un hecho de sangre.

De la manera que el Objeto afecta al índice, éste comparte alguna cualidad en común con el Objeto y en esa relación con esa cualidad es como se refiere al Objeto.

SÍMBOLO: Representa al Objeto que denota en función de una ley, convención o hábito. En este caso el signo representa en su Objeto un conjunto de ideas generales o categoría de cosas. El Símbolo es en sí mismo general al igual que su Objeto es también de naturaleza general. El carácter representativo del *Símbolo* está en que es una regla que determinará su *Interpretante*.

Disney, es más que el ícono de Mickey Mouse o el índice de Orlando, Estados Unidos, o de una película fantástica; es el símbolo mundial de la industria del entretenimiento.

El Taj Mahal es un símbolo de la cultura hindú como lo es el Cristo del Corcovado de Rio de Janeiro o de Brasil.

Ejemplo de la dinámica aplicativa de ícono, índice y símbolo

El diagrama de una cruz de color rojo sobre un fondo blanco es una representación **icónica** de una cruz de cuatro brazos, todos de

medidas perfectas e iguales que, en 1863 fue adoptada como emblema distintivo del movimiento internacional, creado ante la necesidad de establecer tiempos de paz en los países en guerra y que las naciones aceptasen proteger a socorristas y heridos en el campo de batalla.

Dicha cruz roja puesta en el fondo blanco del mandil de un médico o de un socorrista se convierte en un **índice** de una acción médica urgente y de salvamento que identifica en todo el mundo a las acciones y miembros de ese movimiento hoy denominado Cruz Roja Internacional.

Precisamente dicho *diagrama icónico* de una *cruz* derivado en *índice de socorro y ayuda* hoy es un **Símbolo Mundial**, pues no representa un objeto específico: una cruz, ni es solo indicativo de salvamento de heridos en batalla. Sino que simboliza una convención mucho más amplia de cosas que le son propias o incluso, están fuera, del Objeto que representa (la organización Cruz Roja Internacional).

Así el Símbolo de la Cruz Roja, tiene varios interpretantes y para el mundo es una “ley” representativa de una categoría de cosas: Ayuda humanitaria, donación de sangre, socorro, salvamento, voluntariado, urgencias médicas, salud, ambulancia, clínica, hospital, atención médica, esperanza, entre otras.

Otras categorías de signos:

SEÑALES: se sostiene que la señal no es producida para comunicar en el sentido amplio de un proceso semiótico, sino que son creadas específicamente para cumplir una función estrictamente informativa, más no interpretativa. Una señal advierte, indica, orienta, señala, prohíbe; y su perceptor solo tiene que acatarla. Por ejemplo, las señales de tránsito, la señalética interna de una organización.

PALABRAS: es el signo lingüístico por excelencia, dotado de significante (materialidad acústica o visual) y significado (la idea o concepto que evoca la mente al escuchar o leer el signo lingüístico).

GESTOS: Son movimientos físicos del rostro u otra parte del cuerpo de la persona que por antonomasia representan estados de ánimo o maneras particulares de expresarlo.

OBJETOS USABLES O CONSUMIBLES: En inicio no son producidos ni creados para significar, sin embargo, su uso denota o puede evocar situaciones de significación: Un paraguas puede representar lluvia, un cuaderno abrazado puede significar un estudiante.

De otro lado los productos usables también pasan a ser consumibles en la medida que sus formas y contenido representan más que una función de satisfacer una necesidad, una función que denota o connota una forma de ser o un estilo de vida. Las “marcas” significan

ese “modo de vestir, de comer, de conducir, de afeitarse, de estudiar” que representan los productos que son desbordados en su función primaria de uso, para encarnar otras cosas que van más allá de eso.

2.4. El modelo del signo peirceano

Cuando Peirce enfoca el signo como *algo que representa para alguien otra cosa, en algún matiz o carácter*; nos lleva a descomponer sus elementos para entender su operatividad.

Así:

...ese	“algo”	equivale al	REPRESENTAMEN
...que representa a	“otra cosa”	que viene a ser el	OBJETO representado
... en algún	“aspecto o carácter”	refiere a	una “porción” del Objeto
... el	“para alguien”	define el significado	Inmediato, dinámico o Final del INTERPRETANTE en la mente del intérprete.

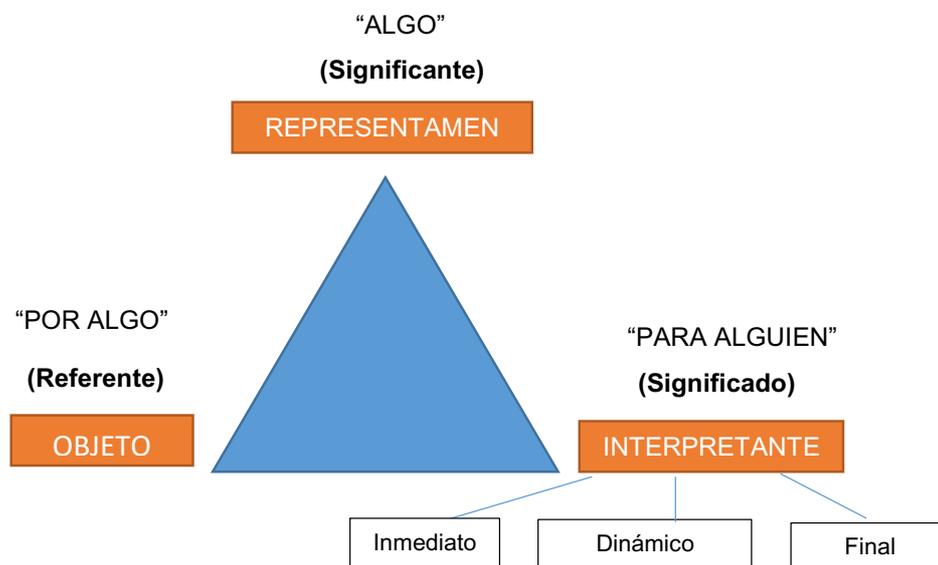


Figura 2. Relación de los elementos del signo peirceano

Elaboración propia

Hay que acotar además que:

Para Peirce la función del *Signo*

... es **Representar a “algo”** **que es** la **Relación**
Del *Signo* con el
***Objeto* que**
 Refiere.

Pero el signo

...no “representa” a su ***Objeto*** **por tanto** el ***Objeto* es la**
en todos sus aspectos **“Porción” de**
 la **realidad** a la
 que **se accede**
por el Signo.

Y es

... esa suerte de idea con que **que equivale al** **Fundamento del**
 el *Signo* representa al *Objeto* **Representamen**

Finalmente, todo Signo

...determina un Interpretante **que provoca** la **APARICIÓN de**
OTRO SIGNO
 igual o más
 desarrollado en
 la mente del
 intérprete.

Esto quiere decir que

...el **SEGUNDO SIGNO** originado es el **Signo**
Interpretante en
 virtud del primero

Como conclusión, el modelo snico de Peirce plantea que **un signo solo puede ser interpretado por otro signo**, produciéndose una semiosis en cadena o infinita, como se grafica a continuación:

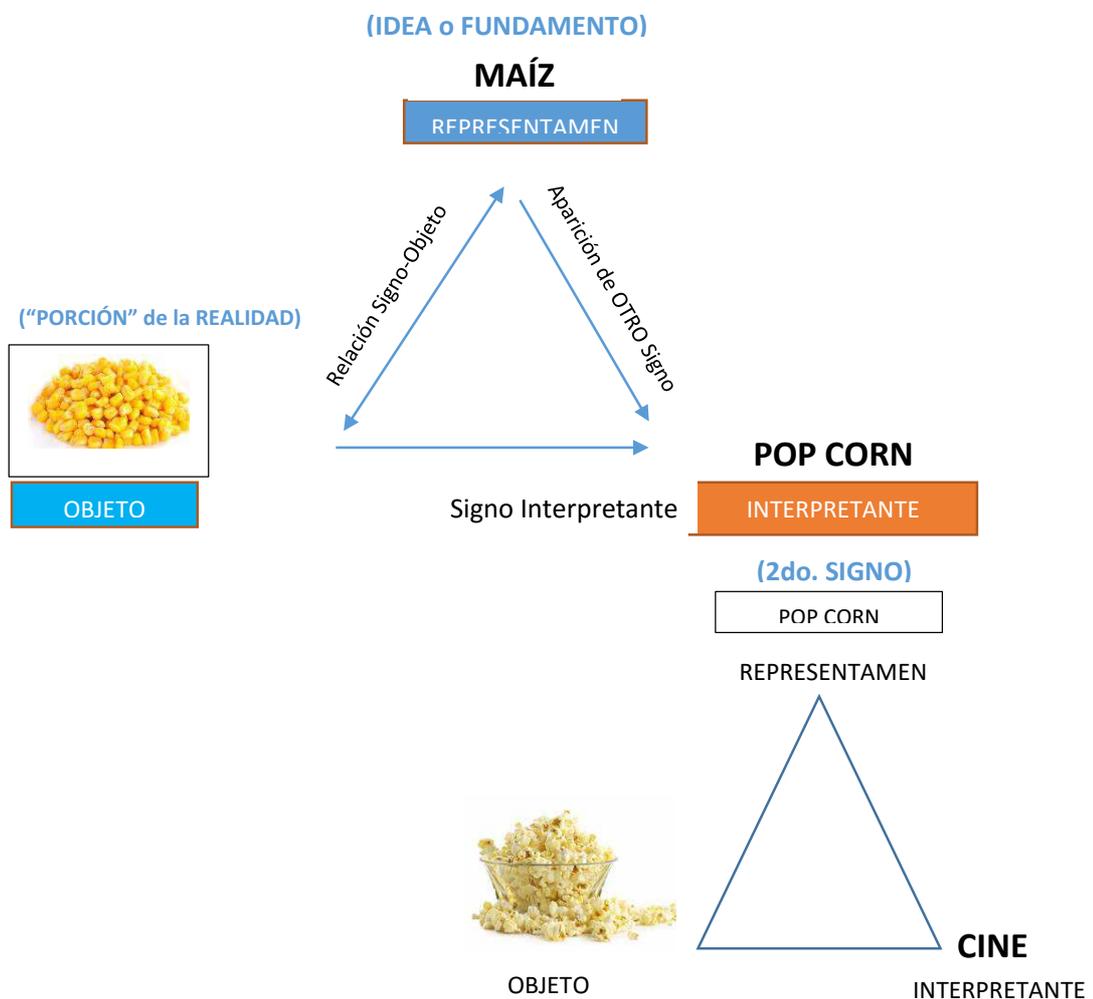


Figura 3. Semiosis en cadena

Elaboración propia

En síntesis, el modelo peirceano reitera la estructura del SIGNO con tres elementos:

REPRESENTAMEN: o el signo mismo que refiere a un objeto

OBJETO: porción de la realidad a la que se accede a través del signo. El objeto puede ser inmediato (el objeto tal cual como es) o dinámico (sus representaciones dadas fuera de su relación con el signo).

INTERPRETANTE: el interpretante de un signo no es un simple efecto causal (el signo Café no necesariamente designa una bebida caliente) sino una inferencia abductiva que crea en la mente de alguien otro signo equivalente o más desarrollado (café puede significar toda una experiencia social o cultural mediada por las maneras de beberlo o prepararlo).

2.5. Signo y Objeto

Aunque parezca, no se trata en esta parte redundar sobre lo que ya se ha enfocado en el punto anterior, respecto a lo que es el Signo y el Objeto en la teoría sígnica de Peirce; sin embargo, es importante dejar en claro una apreciación vital en la filosofía peirceana, en cuanto a que si algo se va a considerar un signo debe representar o referir a otra cosa llamada Objeto.

Aquello entraña que el Signo solo alude al objeto y no permite reconocerlo automáticamente en su todo, por tanto, solo presupone algún conocimiento que provee información adicional del mismo. En otras palabras, para Peirce un signo no es información directa sino un

camino que conduce a objetos y sus relaciones mediante abducción.

Ejemplifiquemos:

El signo manzana puede aludir al objeto manzana, a través de una imagen, por ejemplo; aún con el conocimiento previo de lo que es una manzana, dicha imagen no permite reconocer la totalidad de sus características: aroma, sabor, usos alimenticios. La fotografía de una manzana roja no automatiza el conocimiento de todas esas cualidades, pero nos conduce a reconocerlas y a inferir que también hay manzanas verdes o amarillas.

Es decir, hay conocimientos previos que son procesados abductivamente (interpretantes) por la mente al enfrentarse a un Representamen o signo.

Peirce asume además que, para facilitar su estudio, el Signo necesita ser visto en una relación con un objeto único y conocido.

2.6. Primeridad, segundidad y terceridad

El origen del Representamen, Objeto e Interpretante, como elementos constitutivos del signo peirceano, parte de un conjunto de "ideas" categorizadas por Peirce como *Primeridad*, *Segundidad* y *Terceridad*; "ideas" que el propio Peirce denominó ideoscopia cuando no, las llamó faneroscopía, entendiendo como tal la descripción de todo lo que está frente a la mente o en la conciencia tal como aparece.

Las categorías de ***Primeridad, Segundidad y Terceridad*** para Peirce no son más que modos de ser del fanerón, conceptualizados de la siguiente manera:

Primeridad: es cualidad no es una realización concreta. Aquello que afirmativamente es tal como es sin referencia a ninguna otra cosa. Para Peirce la *Primeridad* es una cualidad del sentimiento que Gilles Deleuze (1987) catalogó como imagen-afectación. Se presenta a la conciencia como posibilidad. Ejemplo: la posibilidad: refinada o morena del representamen Azúcar

El signo o Representamen asume en la faneroscopía, la condición de *Primeridad*

Segundidad: es efecto. Aquello que es tal como es en relación con un segundo pero independiente de un tercero. Es la experiencia de lucha para Peirce o la imagen-acción, según Deleuze. Conlleva una lucha entre acción y reacción. La segundidad es actual, real, “lo que es aquí y ahora”.

Ejemplo: Azúcar blanca. Es la segundidad o lo que es aquí y ahora de la cualidad refinada como el objeto que sirve para endulzar una bebida.

En la faneroscopía, la *Segundidad* se encarna en el *Objeto*.

Terceridad: es producto, es ley. Mediante la cual un primero y un segundo se relacionan. También es probabilidad o necesidad, lo que

debería ser de acuerdo a las circunstancias que existen aquí y ahora.

Corresponde a lo mental.

Ejemplo: El tipo de Azúcar que actúa como principal endulzante de bebidas o alimentos es blanca (ley), o debería serlo (posibilidad)

Dentro de la faneroscopía, el *Interpretante* asume la *Terceridad*

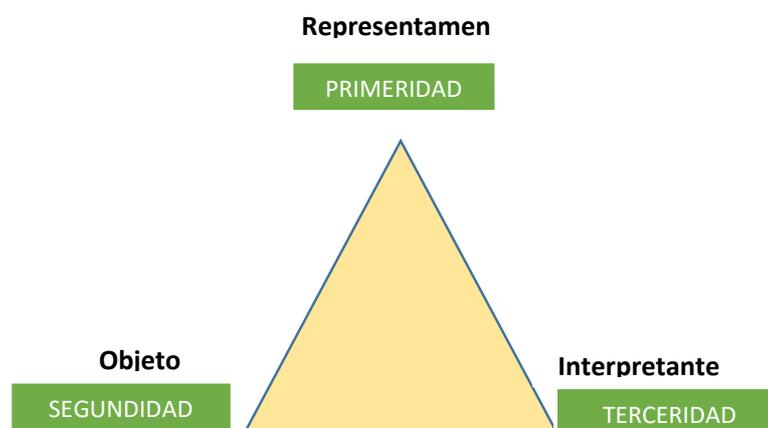


Figura 4. Ideoscopia

Elaboración propia

2.7. Ícono, Índice y símbolo

El ícono, el índice y el símbolo corresponde a la segunda tricotomía del signo, que propone Charles Sanders Peirce para plantear la **relación del signo con el objeto**. La conceptualización de cada una de dichas relaciones se plantea a continuación:

ÍCONO: La relación del signo con el objeto es de semejanza y es una relación directa, incluso si su objeto no estuviera presente, el ícono conservaría su carácter significante, siendo *Representamen* cuya cualidad Representativa es una *Primeridad*. Por ejemplo, la

fotografía de las Torres gemelas refieren a una similitud de aquello que existió como una edificación característica de Mew York, aunque dicho objeto ya no se haya presente desde el 11 de septiembre del 2001.

Como queda señalado en el apartado de clasificación de los signos, se clasifican en:

Imágenes: la fotografía de las torres gemelas antes del 11-S

Diagramas: Un dibujo de su estructura arquitectónica

Metáfora: Dos enormes tabacos humeantes puestos verticalmente y virtualmente en la llamada “zona cero” expresan la iconocidad por semejanza (las torres gemelas consumiéndose por los atentados del 11-S)

ÍNDICE: La relación del signo con el objeto es de continuidad respecto a la realidad que refiere. Hay tres rasgos característicos que Peirce atribuye a los índices:

-Carecen de todo parecido con su objeto

-Se refieren a entes o continuidades individuales

-Dirigen la atención hacia sus objetos

El índice se asume en la *faneroscopía* como *Segundidad*

Ejemplo: la imagen de las Torres gemelas antes del 11-S eran índice de la ciudad de New York al ser divisadas desde la bahía de Hudson.

Obviamente el signo (Torres gemelas) no tiene semejanza con su Objeto (New York) que es un ente individual (una ciudad) que captaba

la atención al visualizarse la imponente edificación en su relieve urbano visto desde la zona de Manhattan.

SÍMBOLO: la relación del signo con el Objeto es una ley o es convencional. Es en sí mismo una clase (de cosas) y no una cosa en particular. El símbolo corresponde a una *Terceridad* de ideas. Peirce acota que los conceptos constituyen la parte simbólica del pensamiento.

EJEMPLO: Las torres gemelas, son símbolo de Estados Unidos, New York, Manhattan, poderío económico, terrorismo, dolor, víctimas, recuperación.

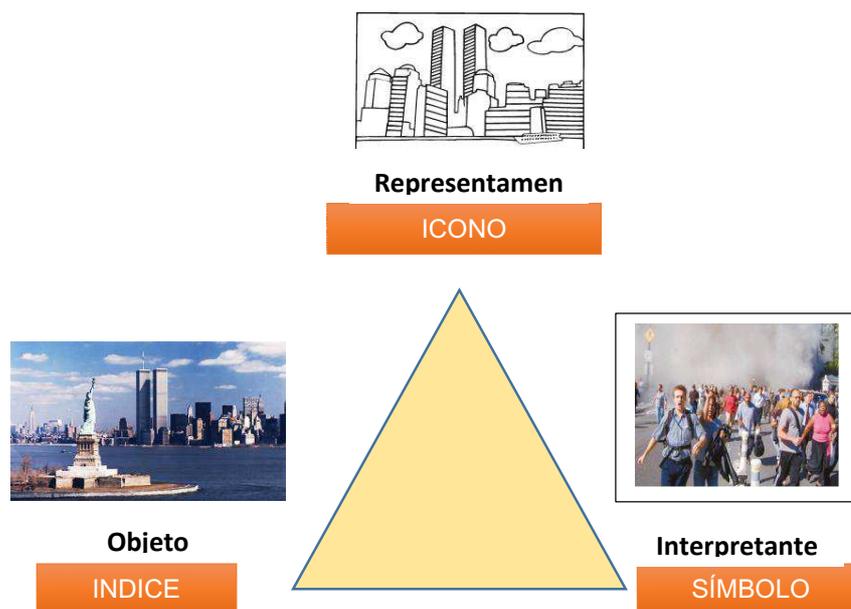


Figura 5. Ícono, índice y símbolo

Elaboración propia

III. COMUNICACIÓN Y CULTURA

3.1. Mirada relacional entre comunicación y cultura

Existen innumerables estudios y autores que tratan hasta ahora definir la cultura, en su relación con la comunicación. En esa búsqueda, por ejemplo, una publicación de la UNESCO *sobre cultura, comunicación y lenguaje*, afirma que no existen sociedades aisladas, pues todas de alguna manera están insertas en sistemas de interacciones que posteriormente desembocan en intercambios no solo de objetos materiales que le son propios sino de estilos de vida y hasta de modos de pensar.

De alguna manera ese intercambio, se lo concibe como la transmisión de algo de generación en generación o el compartir y aprender las significaciones que forman parte de la cultura a la que se pertenece, lo que de alguna forma ayuda a la comunicación del individuo y consecuentemente a generar relaciones de pertenencia, de acuerdo a Rizo y Romeu (2006), en alusión a la definición de cultura de Bodlye. Bajo esa visión, la cultura está, por un lado, caracterizada por lo adquirido, lo aprendido y compartido; y por otro, mediada por procesos comunicativos que no solo posibilitan esa transmisión de generación a generación, sino que determinan la propia sobrevivencia del bagaje cultural.

Por su lado el antropólogo e investigador intercultural estadounidense, Edward T. Hall (1989), sostiene que la cultura no es

más que una forma de comunicación. En su enfoque, el enunciado de que “todo comunica” se lee en los gestos o códigos comunicativos (palabra, tiempo, espacio, gestos, tacto) que personas de culturas diferentes llegan a intercambiar y les determina en cierto modo una forma de controlar el comportamiento de manera consciente o inconsciente, lo que a su vez define un estilo de vida o una manera de ser dentro de un contexto cultural.

Por otro lado, la relación Cultura-comunicación puede tener sesgos paradigmáticos, conforme lo plantea el sociólogo italiano de la Universidad de Bolonia, Pierpaolo Donati (1995). El ofrece una perspectiva relacional que plantea la existencia de dos paradigmas que los aborda como insuficientes para sustentar dicha relación y como justificación de un tercer paradigma que haga realmente posible que la comunión cultura-comunicación se entienda verdadera y finalmente como eso: “una relación”.

Antes, Donati sugiere que la *cultura* es necesaria para la comunicación por ser un instrumento y componente autónomo de las relaciones sociales, dentro de las cuales se realizan actos comunicativos. La cultura es inmanente y trascendente a las relaciones sociales por tanto el nexo cultura-comunicación debe ser comprendido en el más puro concepto relacional.

Pues bien, Donati plantea:

Primer paradigma: la Comunicación es un producto de la Cultura.

El paradigma supone que la comunicación da voz a la cultura y que todo fenómeno cultural es un proceso de comunicación. Este paradigma no es relacional y se lo catalogo de *estructural-funcional* donde la comunicación no es más que producto y expresión de un medio cultural.

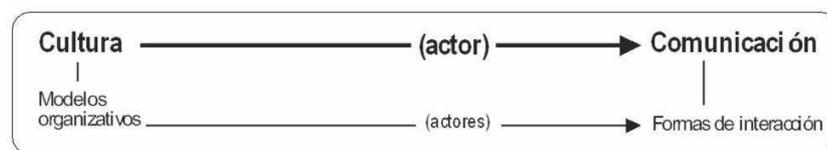


Figura 6. La comunicación como producto de la cultura

Segundo paradigma: la Cultura es producto de la Comunicación.

Este paradigma tampoco es de relación entre cultura y comunicación. Donati lo denomina *constructivista-neo funcionalista*. La comunicación no asume la voz de la cultura, sino más bien un rol que construye cultura o produce su propia cultura. Dentro de este esquema se infiere que la comunicación individuo y sociedad está ausente al igual que las interacciones por la falta de modelos de colectivos o grupos humanos que las generen. Lo social como cultura no es comunicación entre sujetos sino entre redes. El individuo solo observa la comunicación como un sistema que no es reproductor sino productor de una cultura tipo red capaz de erosionar las tradiciones culturales.

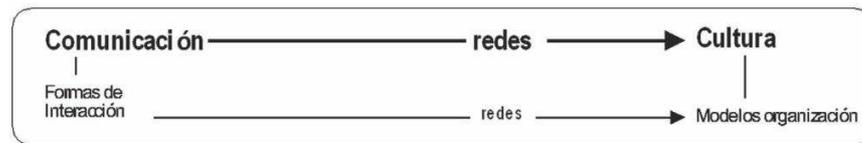


Figura 7. La cultura como producto de la comunicación

Desde los análisis anteriores, Donati propone que **solo la sociología relacional puede dar un enfoque apropiado al nexo cultura-comunicación** bajo el presupuesto que la REALIDAD es muy particular *per se* y distinta a los elementos relacionados: CULTURA Y COMUNICACIÓN. Es decir que solo en términos de una relación (y no como hechos o productos absolutos) la comunicación accede a la cultura, puesto que cultura no es solo comunicación y comunicación no es siempre cultura.

Este **tercer paradigma** que pondera **Cultura-Comunicación como RELACIÓN**, considera intrínseco a la CULTURA la existencia de modelos organizativos (grupos o colectivos humanos) que interactúan. De la misma manera que las formas de interacción expresan la COMUNICACIÓN de los sujetos relacionales que median entre ambos elementos. En síntesis, **la relevancia social de la cultura está sujeta al influjo de la comunicación de la misma manera que la importancia de la comunicación se sujeta a la influencia de la sociedad** (y su cultura).

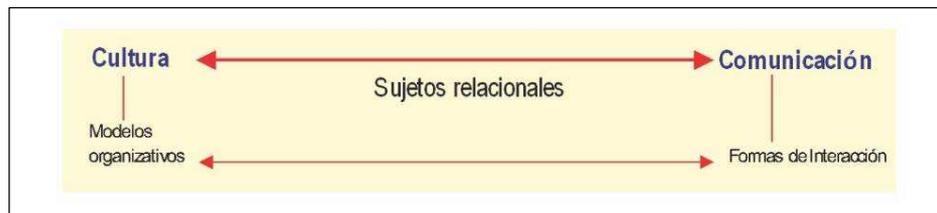


Figura 8. Paradigma relacional de cultura y comunicación

Finalmente, y retomando el estudio de la UNESCO citado al inicio de este apartado es importante resumir que **la producción y ejecución de eventos y productos culturales siempre contendrá la participación y relación de individuos que a su vez estarán inmersos en relaciones simples y complejas de comunicación y transmisión de contenidos culturales**

Revisados los conceptos y planteamientos anteriores y a manera de conclusión se puede sacar a limpio las siguientes definiciones que bien pueden sustentar la mirada relacional entre COMUNICACIÓN Y CULTURA:



- Ayuda a generar relaciones de pertenencia e identidad, distinguiendo las similitudes y diferencias culturales entre grupos humanos.
- Promueve la propia sobrevivencia del bagaje cultural, facilitando su transmisión de generación a generación
- La cultura es una forma de comunicación
- Facilita el intercambio de objetos, estilos de vida o maneras de ser
- la *cultura* es necesaria para la comunicación por ser un instrumento y componente de las relaciones sociales.
- Solo en términos de una relación la comunicación accede a la cultura,
- La cultura no es solo comunicación y la comunicación no siempre genera cultura.
- La relevancia social de la cultura está sujeta al influjo de la comunicación de la misma manera que la importancia de la comunicación se sujeta a la influencia de la sociedad.

- La producción y ejecución de eventos y productos culturales siempre contendrá la participación y relación de individuos
- Implica relaciones simples y complejas de comunicación y transmisión de contenidos culturales

3.2. Mediación semiótica y comunicación de la cultura

En el apartado precedente se dejó entrever una suerte de interdependencia entre comunicación y cultura bajo premisas tales como que la cultura en sí misma es una forma de comunicación o un componente vital de las relaciones sociales y como tal un instrumento comunicacional muy valioso.

En esa dirección la ya aludido publicación de la UNESCO sobre *cultura, lenguaje y comunicación* afirma que “(...) ***cada contexto cultural permite la comunicación porque es productora de signos y son estos lo que constituyen los elementos básicos de los mensajes***”.

Propone además que cada cultura designa a las cosas de una manera particular lo que tiene validez para todos los miembros de esa sociedad o cultura, aun cuando esas designaciones o nombres signifiquen realidades diferentes en contraste con otras culturas. Esto conlleva asumir que **toda cultura es necesariamente productora de los signos que requiere para viabilizar sus actos comunicacionales** inmanentes o trascendentes a sus constructos.

Tal capacidad de generación de signos – en enfoque de Vásquez Rodríguez (1989) aludiendo a *Ernst Cassirer* – filósofo sueco que definió como “*Animal simbólico*” a la naturaleza del ser humano- **es la que permite hacer cultura.**

Y hacer cultura, dentro del contexto de la significación, supone que el Signo actúa como mediador de las relaciones entre los miembros de una sociedad o de ésta con otros grupos, encarnando los simbolismos representativos de su cultura; verificado esto tanto en la generación, compartición y ejecución de los productos o eventos culturales.

Son esos miembros, ese “*algo que está en lugar de otra cosa*” que es su cultura y que persigue “*hacer eficiente, relaciones ineficientes*”, como lo formula la teoría de los signos de Charles S. Peirce.

O en teoría estructuralista de Ferdinand de Saussure que define a la lengua como un sistema de signos capaz de nombrar no solo objetos sino ideas que posibilitan el pensamiento. El signo lingüístico saussureano como unidad de la lengua dotado de significante y significado puede propiciar un lenguaje característico con el que se comunica y reconoce una cultura. Bien cabe citar aquí la mirada sociológica de comunicación y cultura de Piepaolo Donati:

“En su forma extrema, la de la semiótica estructuralista, la comunicación es el lenguaje y el lenguaje “traduce” una cultura”

Esa “traducción” puede conllevar un presupuesto de simbolismo con iconicidad metafórica para ver una realidad específica (de algo o de alguien ostensivo de una cultura); esa realidad referida, de alguna manera, por Neil Postman como mediatizada y transformable. Referencia hallada dentro de los estudios de comunicación y cultura de Castell, citados por Torres (2014).

La mediación semiótica para la comunicación de la cultura halla un argumento valioso en la semiología de Roland Barthes quien sostiene que todos los elementos de la cultura son significantes portadores de significado y acota que si todo es significativo todo es comunicación.

Barthes acuña el término “discurso” para referirse no al habla sino a un hecho concreto de comunicación o de un sentido socialmente creado y compartido; dejando notar que hay textos culturales que se manifiestan como prácticas discursivas que devienen de una trama de significaciones.

Ese tramado puede traducirse en teoría de Iuri Lotman como el *continuum semiótico* o semiósfera, que sugiere que solo los signos funcionan estando sumergidos en esa continuidad. De esta manera

Lotman no aprecia y niega funcionalidad a las propuestas semióticas provenientes de Peirce y de Saussure. Calificando a la primera como el estudio del signo aislado y simple que forma secuencias de signos como única manera de configurar un signo más complejo. Y la segunda, la considera un acto comunicacional aislado fungiendo como modelo de un acto semiótico que no cede ante la descripción de lo lingüístico.

De esta manera, la semiótica no media ni promueve necesariamente relaciones entre un emisor y un receptor o intérprete, sino que es la interacción continua de los signos que habitan un espacio semiótico delimitado (semiósfera) la que termina construyendo relaciones de significación entre quienes integran o interactúan con ese espacio que a su vez puede contener otros espacios o semiósferas. Y toda semiósfera se estructura en función del uso e interpretación de los signos por parte de una cultura; esto permite precisar que cada cultura establece sus signos de una manera determinada.

Por su parte Umberto Eco tiene una postura ´parecida a la de Lotman en cuanto establece como objeto de estudio de la semiótica los procesos de significación en el ámbito de la cultura y acota que la cultura es enteramente un fenómeno de significación y de

comunicación. Debajo de la cultura como proceso comunicativo hay procesos de significación que lo posibilita, argumenta Eco.

El argumento de Eco no apunta a tomar el signo como mediador instrumental de comunicación de los productos de una cultura, sino que semióticamente el signo actúa como un constituyente textual de datos culturales que refieren la interacción humana en todos sus escenarios posibles.

3.3. Intraculturalidad como significante de cultura. El micro contexto como significante del macro contexto.

En la declaración universal de la UNESCO sobre diversidad cultural (2001), la cultura constituye la serie de rasgos distintivos, espirituales, materiales intelectuales y afectivos que en su conjunto definen a una sociedad o grupo social y que además incluyen las artes, las letras, maneras y modos de vida, sistema de valores, tradiciones y creencias.

Cuando la cultura se enfoca así, como un conjunto, se la puede definir también como un sistema de ideas, conductas, símbolos, técnicas, saberes, entre otros elementos que actúan combinados entre sí o con otros. Esto también entraña que la cultura sea un proceso social de relaciones donde los componentes de dicho sistema actúan como instrumentos de significación y comunicación.

Es ahí, en ese proceso interno, donde se verifica la intraculturalidad como motor que cohesiona la cultura desde su

interior, **entendiendo lo intracultural como la base cultural adquirida por el individuo desde la familia y en el contacto con los miembros de la sociedad a la que se pertenece** lo que posibilita la percepción de las similitudes y diferencias en lo culturalmente inmanente o trascendente. A decir de Guenón, filósofo francés citado por Mendolicchio (2013), culturalmente hay un macrocosmos y un microcosmos cuya similitud permite que sean imagen mutua y por tanto el hombre debe conocerse asimismo y conocer después lo demás, generando desde el reconocimiento de “lo propio” esa dialógica denominada interculturalidad.

Es que la **Intraculturalidad se entiende como la valoración de los elementos propios de una cultura, dirigida a fortalecer la identidad del grupo** (Aparicio y Delgado, p. 33; 2014). Aquello implica también reconocerse en las significaciones y en el sentido y la información que éstas portan y aportan para el conocimiento y reconocimiento externo en la relación con otras culturas. *Como parte de la intracultura, también se debe considerar a los símbolos que se lleva en la ropa* (Delgado y Mariscal, p. 150; 2006).

Y aquel detalle de la ropa, entre tantos que manifiestan la identidad de un determinado grupo humano, reafirma que la cultura no es estática, es dinámica, es infinita; pues no tiene una expresión ni definición acabada y limitada, sino que se transforma en tanto sus

constructos no están independizados de cada individuo que la compone y viceversa.

En síntesis, **lo intracultural**, como la base que cada individuo aprende al interior de su cultura, **es el significativo natural de una cultura** que la proyecta -en todos los elementos y significados que le son propios- al relacionamiento intercultural y a la transculturalidad en la medida en la que esa interacción de significaciones con otras culturas, determinan una influencia mutua.

3.4. Intraculturalidad como comunicante de identidad.

Recuperación y transmisión de saberes.

Ya habíamos anotado en el punto anterior y haciendo referencia a Aparicio Gervás y Delgado Burgos (2014); que se debe entender la intraculturalidad como la valoración de los elementos de una cultura encaminada a fortalecer la identidad de la misma.

Estos mismos autores sostienen que en el caso de Latinoamérica y dada la heterogeneidad de una riqueza étnica tan variada, **es urgente estimular el concepto de identidad, no sin antes trabajar sobre el concepto de la intraculturalidad** previo a un diálogo intercultural. La base para un verdadero diálogo de saberes es la intraculturalidad.

En esa mirada acerca del diálogo cultural coincide Norbert Bilbeny (2002) quien sostiene que el diálogo externo entre las

culturas, prospera en la medida que también progresa el diálogo interno dentro de cada una de ellas, debiendo sus integrantes ser capaces de preguntarse “quienes somos” antes de esperar conocer “quienes son los otros”.

No obstante, para Lucio Guerrato (2008) el diálogo de culturas no tiene más objetivo esencial que asumir una identidad cultural por parte de los individuos que la conforman, pues son éstos los que deciden dialogar más que sus mismas culturas, siendo para ellos la identidad cultural un elemento social ineludible que les marca, incluso, las diferencias con los demás.

Antropológicamente la identidad cultural puede obedecer a la vez a una construcción mental y a una estructura simbólica que no solo contiene el “saber” para dialogar sino el “poder” del hombre para establecer relaciones a partir de una especie de *yo intracultural* que posibilita lo intercultural o el descubrimiento del *otro*.

Lo comunicante, entonces de lo intracultural, pasa por la decisión de las culturas o de sus individuos de dialogar y descubrir al otro, pero pasa, sobre todo por la **interpretación de los signos y símbolos que forman la identidad cultural**, tal como sostiene Janayna Vieira (2008) al referirse a la interpretación y traducción de

la realidad cotidiana. Agregando que los espacios sociales son una categoría de la identidad cultural y como tales ejercen influencia sobre las culturas y sus relaciones con otras.

Sin embargo, no hay que perder de vista que de alguna manera la naturaleza de “materia prima” de la intraculturalidad en la dialógica cultural y en el fortalecimiento de la identidad cultural del individuo y del grupo al que pertenece, deja entrever que comunicacionalmente **lo intracultural en cierto modo debe asumir el rol de recuperador y transmisor de saberes** para que el diálogo interno prospere y coadyuve al diálogo externo de los grupos humanos representativos de una manifestación cultural.

IV. IDENTIDAD, CAFÉ ARTESANAL E INTRACULTURA EN MANABI

4.1. Argumentación de la identidad manabita

4.1.1. Constructo del Montuvio e identidad manabita

4.1.1.1. El pueblo Montuvio en el Ecuador

Apuntes históricos y población

Carlos Vásquez, montuvio vinculado a la ganadería del cantón Salitre de la provincia del Guayas, abordado por la Agencia de Noticias, Andes en el 2014, afirmó sentirse orgulloso de su ancestralidad pero reconoció que su actividad y las actividades propias del hombre del campo del litoral ecuatoriano es fuerte, rústica, ardua y sacrificada y que por lo general, la jornada de cada día, puede empezar a las 04h00, de la madrugada.

Dicha referencia no es más que la prospectiva traída del siglo XIV, de un grupo social que vino construyendo su identidad a partir del mestizaje y de la fusión de indios, negros y blancos, según el escritor costumbrista y relator de la vida montuvia, José de La Cuadra (1937).

Sin embargo, el sociólogo manabita, Humberto Robles Cobo (1960), al referirse críticamente al ensayo de De la Cuadra, no asume la existencia del montuvio como el resultado de su visibilización recién en los años treinta al ser protagonista de

la producción literaria del denominado “Grupo de Guayaquil” al que perteneció De La Cuadra.

Robles pondera que el montuvio por antonomasia es la “identidad” y la “comunidad cultural” de la costa ecuatoriana articulada en alrededor de trescientos años, hasta el siglo XVIII, por quienes hasta ahora hicieron del campo, la agricultura y la ganadería, su modo de vida, como proceso étnico, histórico y socio cultural.

De igual manera lo asume el Consejo de Pueblos Montubios de la Costa Ecuatoriana y zonas subtropicales del Litoral, CODEPMOC, que en su página web oficial, describe así a los pueblos montubios:

“surgimos del mestizaje entre indígenas, negros y blancos a inicios del siglo XV y nuestra identidad propia fue afirmándose a finales del siglo XVIII, con características particulares y múltiples manifestaciones artísticas y culturales que se expresan y consolidan en sus bailes, danzas, músicas, amorfinos, contrapuntos, rodeo montubio; en su vestimenta, vocablos propios, uso de herramientas y utensilios de trabajo (...)”

Según el censo de población y vivienda del 2010, el pueblo montuvio con un 7,4 % representa el segundo grupo poblacional más importante del país detrás de los mestizos,

producto de la autodefinitión que la propia población hizo de su pertenencia étnica.

En sus reportes del citado censo poblacional, el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC, grafica de la siguiente manera las zonas de influencia en el desarrollo de la población montuvia:

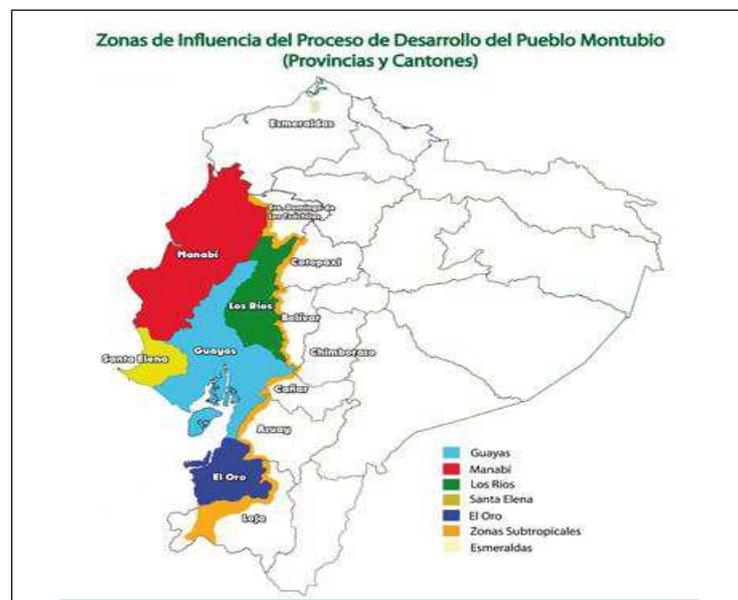


Figura 9. Zonas de influencia del proceso de desarrollo del pueblo montuvio (provincias y cantones)

El propio INEC, destaca también que en el Ecuador existen 1334 comunidades montuvias distribuidas en las siguientes provincias de la costa y zonas subtropicales de la región Litoral:

Tabla 1
Comunidades Montuvias Por Provincias

PROVINCIAS DE LA COSTA	# Comunidades
Guayas	445
Los Ríos	371
Manabí	267
El Oro	162
Santa Elena	23
Esmeraldas	1
Sto. Domingo de los Tsáchilas	1
ZONAS SUBTROPICALES	# Comunidades
Bolívar	27
Loja	22
Cotopaxi	8
Azuay	5
Cañar	1
Chimborazo	1

Elaboración propia.

Fuente: INEC, 2010

Según análisis del tema montuvio que realiza Rivadeneira (2013), hay hechos que marcan su fortalecimiento como grupo étnico dentro del escenario socio-político del país. Primero, la creación del CODEPMOC en el 2001, segundo el reconocimiento del pueblo montubio en la Constitución del 2008; y, tercero, la visibilización del montuvio como etnia diferente dentro del estado plurinacional ecuatoriano como producto de los resultados del censo poblacional del 2010, ya descritos anteriormente.

Rasgos y cultura

Antes de describir los elementos que caracterizan la etnicidad y la cultura del montuvio, resulta interesante citar que

aún se debate las repercusiones de la reciente inclusión del término “montuvio” a más de “montubio” pese a que la nueva definición etimológica se oficializó desde el 27 de enero el 2015 por parte de la Real Academia Española al presentar en Panamá su edición impresa número 23 del Diccionario de la Lengua Española, en el cual se incluye el vocablo.

Dicho interés no estriba tanto en el resultado de la significación semántica del término sino en cuanto refiera con precisión el origen de los rasgos que anteceden el surgimiento y la construcción de la etnicidad del montuvio

Desde los años 30 del siglo anterior, De La Cuadra propone y escribe en su obra la palabra montuvio con “v” sin las justificaciones etimológicas. Hipotéticamente es Humberto Robles quien recogiendo el aspecto geográfico rural del espacio en que se desenvuelve la actividad laboral y productiva del montubio, asocia el término con las raíces montes y fluvius (ríos), es decir se evoca que su hábitat está regado por los grandes ríos de la costa ecuatoriana. Sin embargo a posteriori se valida escribir montubio con “b”, en relación a *bios* o la vida que emerge de los ríos.

Para la socióloga portovejense, María Arboleda Vaca (2015), el término montuvio escrito con “v” contraría el concepto de Pueblo Montubio que había superado la noción

de “campesinos” o “mestizos” para convertirse en un sólido contenedor de identidad de quienes se reconocen en la etnicidad montubia.

Posiblemente para Arboleda esa amplitud identitaria no se refleja en la cortedad de la definición que la RAE da al nuevo término:

Montuvio: m. y f. *Campesino de la Costa*

No obstante que mantiene el término anterior como un adjetivo con licencia para usarlo como sustantivo

Montubio: adj. Am. *Dicho de una persona: Montaraz, grosera.*

Pues bien, equiparando o yendo más allá de significados etimológicos, tratemos ahora de enfocar los rasgos y las prácticas culturales del montuvio. Tradicionalmente éstas han estado asociada con la monta de caballo, la agricultura y la ruralidad.

De la Cuadra, sin embargo, insiste en la influencia de los ríos en su territorialidad y en la fertilidad de su suelo. “*La flora da todo y hasta espontáneamente*”, afirma; mientras otros estudios atribuyen al montubio el rol histórico de sustentadores de la agroexportación como expresión socioeconómica de la costa; así como también rasgos propios para cultivar la tierra, vestir con colores llamativos; recrearse con sus bailes, rodeo montubio; expresarse artísticamente

con la oralidad de las leyendas y amorfinos o con el talento manual para tejer sombreros y elaborar artesanías en madera, tagua; cuando no, crear sus propios utensilios como el garabato para cultivar la tierra o solventar su vida cotidiana con las cucharas de mate o el pilón de madera. También con el techado de sus viviendas, típicamente hechas con palma u hojas de bijao.

Tradicionalmente la vivienda del montuvio ha sido construida cercanas a los ríos con pilotes de madera (Puga, 2012) sobre el que se levantan en lo alto paredes de caña guadua. Se dice que es para mantener un hábitat fresco dentro de las altas temperaturas del clima tropical.

Sin embargo, de aquello un informe puntual sobre el pueblo montuvio del censo poblacional y de vivienda del 2010, refleja que en el 72,2% de los hogares montuvios tienen el zinc como material predominante del techo, mientras que 41 de cada 100 viviendas de hogares con jefatura montuvia cuentan con piso de cemento o ladrillo.

El estudio del montuvio de José de La Cuadra ofrece pautas para entender su actuación y presencia en la vida nacional como un constructo histórico, político y cultural sólido ligado al cultivo del cacao, maíz, arroz, café, caña de azúcar, banano, algodón y más frutos tropicales. Actividad que lo

convierte en un experto en trepar árboles y usar el machete con la misma destreza con que monta caballo.

Su carácter alegre y festivo no le impidió asumir roles de insurgencia con suma decisión y pensamiento libre dentro de las gestas revolucionarias de Eloy Alfaro.

Estas particularidades las retoma el sitio web de la CODEPMOC, insuflando una fuerte carga afectiva motivante de identidad montuvia, cuyos bordes son conceptualizados como una especie de *capital étnico montubio* que *incluye la vestimenta (con sombreros de paja toquilla y machetes, e ir descalzos), localidad costeña, vida rural, actividades agropecuarias, rodeos, música, poesía y danza.*

En síntesis, el constructo del montuvio ecuatoriano puede reflejarse en la referencialidad de los siguientes aspectos:

Etnicidad:

60% Indio

30% Negro

10% Blanco

*Figura 10.* Montuvio de la costa**Actividad laboral:**En la agricultura de subsistencia:

arroz, yuca, plátano, maíz,

desmonte, hortalizas, frijoles

condimentos (eras)

*Figura 11.* Montuvio en tareas agrícolasEn el sector agroexportador:

cacao, banano, café, algodón

*Figura 12.* Cosecha de café cereza

Vestimenta:**Hombres:**

- Camisa estampada de colores o blanca,
- Pantalón de hilo,
- Botas de:
 - Cuero* (para la monta de caballo u ocasiones especiales) o de caucho (para sus faenas agrícolas)
- Sombrero preferentemente de paja toquilla o de mocora
- Machete
- Pies descalzos (ocasionalmente)

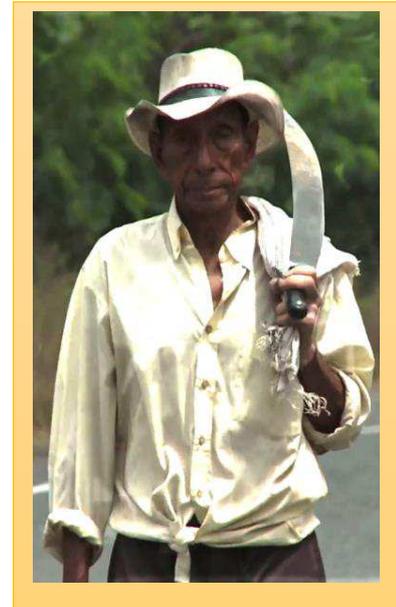


Figura 13. Montuvio con vestimenta de trabajo.

Mujeres:

- Vestidos de faldas anchas floreadas,
- Sombrero de toquilla
- Sandalias o botas



Figura 14. Montuvia en traje festivo

Recreación y expresiones artísticas:

- Baile montubio
- Pasillo montubio
- Amorfinos
- Contrapuntos
- Cuentos y leyendas
- Rodeo montubio



Figura 15. Amorfinos



Figura 16. Rodeo montubio



Figura 17. Baile típico montubio

Manifestaciones Artesanales:

- Tallado de tagua y madera
- Sombreros tejidos en toquilla
- Elaboración de utensilios e instrumentos agrícolas

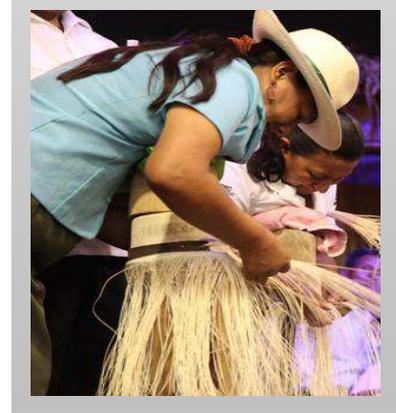


Figura 18. Montuvia tejedora de sombreros de 'paja toquilla



Figura 19. Utensilios elaborados con mate.

Valores:

- Cálido
- Digno
- Honesto
- Trabajador

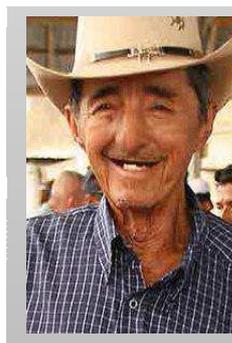


Figura 20. Expresión Alegre del montuvio



Figura 21: Montuvios en tareas de cosecha

4.1.1.2. Montuvio e identidad manabita

Manabí es la tercera provincia del Ecuador en tener un apreciable porcentaje (24,5) de población montuvia detrás de Los Ríos (25,5) y Guayas (38,4). Distribuidas en 16 de los 22 cantones manabitas, existen 267 comunidades montubias. Manta, Jaramijó, Flavio Alfaro, Jama, Pedernales y San Vicente son los únicos cantones que no reflejaron contar con poblaciones organizadas de montuvios, conforme a resultados del último censo de población y vivienda 2010.

Tabla 2
Cantones de Manabí y presencia de comunidades montubias

CANTONES	PRESENCIA DE COMUNIDADES MONTUVIAS
Bolívar	✓
Chone	✓
El Carmen	✓
Flavio Alfaro	
Jama	
Jaramijó	
Jipijapa	✓
Junín	✓
Manta	
Montecristi	✓
Olmedo	✓
Paján	✓
Pedernales	
Pichincha	✓
Portoviejo	✓
Puerto López	✓
Rocafuerte	✓
Santa Ana	✓
San Vicente	✓
Sucre	✓
Tosagua	✓
24 de Mayo	✓

Fuente: INEC, CODEPMOC *Elaboración:* propia

De acuerdo al CODEPMOC Las comunidades identificadas (...) son las que están integradas al proceso montubio y a su modelo de desarrollo endógeno, hay muchas comunidades autodefinidas como tal, que por desconocimiento y desinformación, no están integradas al proceso montubio, sin embargo mantienen una estrecha relación fraterna con el pueblo montubio organizado, lo que abriga esperanzas de integración a futuro.

Según el CODEPMOC la población montuvia asentada en el litoral ecuatoriano y las zonas subtropicales del país, y por ende, en Manabí está eminentemente vinculada a la ruralidad.

Tal es así que Manabí, tiene una población rural de más de 176 mil habitantes montuvios presentes en 16 cantones en recintos y comunidades organizadas (ver tabla 2); frente a los más de 88 mil montuvios asentados en zonas urbanas de la provincia. No hay que olvidar además que del más de un millón trescientos mil manabitas, 19, 2% se auto identificó en el último censo como Montuvio.

De otro lado, la movilidad humana del montuvio, también de acuerdo al último censo del 2010 del INEC, se refleja en la emigración de montuvios manabitas en una tasa de 278 por cada mil.

Todas las cifras anteriores son importantes citarlas considerando que la situación demográfica, localización geográfica y movilidad de las personas, influyen decididamente en el fortalecimiento o reacomodo de los procesos de identidad cultural y colectiva en función de arraigarse, pese a todo, a la pertenencia física de un lugar o

de los valores culturales que el individuo es capaz de conservar, portar y expresar amén de las necesidades o urgencias que demandan su movilidad migratoria.

En términos generales, siempre se ha señalado que Manabí tradicionalmente ha sido una provincia de significativos índices de emigración de su población a otros lugares, particularmente hacia las grandes urbes del país como Quito y Guayaquil. Por ejemplo a finales del siglo anterior alrededor de 200 mil manabitas habían llegado a establecerse en la provincia del Guayas (INEC, 1991), mientras que en la primera década del presente milenio más de 500 mil personas emigraron de Manabí y apenas 84344 personas llegaron de otros lares para establecerse en esta provincia (Loor y Zurita, 2013).

Las emigraciones han sido, entre otros, argumentos para señalar que el manabita como todos los migrantes de raíces montuvias sufren en su desplazamiento y establecimiento en otros lugares una aculturación en sus valores y costumbres y se les ha pretendido atribuir desde las sociedades receptoras de su movilidad como simples objetos de mestizaje a cambio de su integración al nuevo espacio; o como el reflejo de una

fragilidad por ser parte de un constructo étnico, llamado pueblo montubio, ya reconocido en la Constitución del 2008, pero que antes de la cual solo se consideraba, efectivamente, como producto del mestizaje.

Una semana antes del censo del 2010, Diario El Universo tituló *“Montubios buscan identidad propia entre los mestizos”*, atribuyéndoles obviamente una carencia identitaria, más allá de ser considerados hasta ese momento como mestizos.

Pese a todo, aún se insiste que los montubios son sujetos étnicos en construcción (Rivadeneira, 2013) pero siempre se previó y no se discutió el fuerte vínculo con su cultura y su carácter irrenunciable al apego familiar y a la tierra, aun emigrando de su lugar de origen. Al respecto, el historiador Enrique Ayala Mora sostiene:

“(…) Cuando viene a la ciudad, el montubio mantiene varios de los valores en que fue formado, como el sentimiento de autonomía, lealtad y apego a la tierra.

Aunque en toda la Costa ecuatoriana se encuentra la cultura montubia, ésta puede verse con mayor nitidez en la provincia

de Manabí, que la asume como uno de los pilares de su identidad". (Ayala: 2002)

Y es precisamente esa característica del manabita que invita a repasar los elementos de su constructo identitario devenido de la etnicidad montuvia pero enriquecido además por otras expresiones de las culturas cholas y mestizas que dibujan una suerte de bagaje antropológico cultural para entender, en la mejor manera posible, como este grupo humano territorial llamado Manabí ha construido una fuerte identidad, allende sus fronteras.

La identidad a partir de la movilidad

La investigadora manabita Carmen Dueñas de Anhalzer (2014) rescata en uno de sus trabajos la tendencia histórica del manabita de ocupar y trabajar temporalmente la tierra como estrategia para aprovechar mejor su uso y acceso. Situación que, según el mismo estudio, fue mal interpretado por las autoridades de la época colonial e inicios de la república, como una actitud de desarraigo o desapego a la tierra, que sin embargo haría que esta forma de movilidad se constituya en un factor decisivo para que en la provincia se construyeran relaciones sociales más incluyentes en favor de

una sólida identidad regional horizontal diferenciada de los esquemas verticales presentes en las urbes mayores del país manejadas política, social y productivamente desde las élites.

Esta visión que se referencia, como queda indicado, en los inicios de la república y el siglo XIX es coherente en tanto se asemeja a lo que actualmente sostiene el CODEPMOC al señalar que el montuvio manabita *aún vive de manera intensa la economía de subsistencia* debido a la escasez de agua, tierras productivas; lo que, sin mermar su vocación agrícola, sí produjo hasta ahora corrientes migratorias importantes que, lejos de significar el abandono del terruño, literal y socialmente hablando, ha fortalecido su identidad y el orgullo de saberse intacto en sus orígenes y conectado en sus raíces desde el lugar donde se encuentre. Sea este dentro de una frontera agrícola dispersa e irregular como ha sido la manabita o en las grandes urbes a las que ha tenido que acudir para solventar el presente y el futuro.

Por ello es oportuno citar al historiador Wilfrido Loor Moreira, quien afirma:

"La provincia entra tan hondamente en Manabí que el nativo de ella cuando sale de su tierra indica su procedencia con el simple calificativo de manabita, sin indicar si es de Portoviejo, Manta, Chone, etc., como no suele ocurrir en la sierra u otros lugares de la costa (...)" (citado por Andrade Palma, 2013)

Dicho sentimiento no solo cala hondo en el propio manabita migrado a lejanas latitudes que provoca el encuentro con sus raíces sino en quienes le suceden en su núcleo familiar y han nacido fuera de la provincia. Estos últimos se enorgullecen de sus orígenes manabitas y adoptan apelativos sui géneris como el de “manaquileño” como se autodenomina Paul Ponce Quiroz, funcionario judicial nacido en Guayaquil, debido a sus raíces manabitas heredadas de sus padres. Este “manaquileño” dice emocionarse por igual al cantar “La tejedora manabita” o “Romance de mi destino” (El Universo, 2015).

Carmen Dueñas (2014) también deja entrever de que los manabitas deben tener conciencia de lo que son y a dónde van como una manera de fortalecer con criticidad la identidad manabita en los actuales procesos de globalización, dentro de los cuales, la movilidad humana es una expresión viva.

La visibilización desde la insurgencia y la superación

Uno de los hechos insurgentes más representativos del Ecuador, es la revolución alfarista de finales del siglo XIX y principios del siglo XX que, a decir de los historiadores se

apuntaló en la sólida organización social de la “montubiada” costeña, conocida como “Montoneros”.

Entre 1910 y 1920 la identidad montubia se difunde en parte por el papel que estos juegan en la Revolución Liberal (Roitman, 2013). Se señala además que Manabí fue el principal escenario de las gestas comandadas por el general Eloy Alfaro Delgado.

En su análisis del perfil del pueblo montubio, el CODEPMOC, sostiene que **el montubio manabita es el mejor heredero de la ideología liberal-alfarista**, mientras que para el historiador Alfredo Cedeño, la permanente adversidad en la que ha crecido el habitante del campo manabita, está encarnada en la lucha tenaz de Eloy Alfaro y, remarca: “Eso es manabita”.

En sus reflexiones acerca del mestizaje en Ecuador; el movimiento montuvio representa, para Karem Roitman (2013), un *ejemplo de capital étnico movilizado para ganancias socio-económicas*. Aquello va en la línea con lo investigado por Carmen Dueñas (2014) en su artículo científico “Nosotros los manabitas” en donde reseña que los montoneros de la provincia justificaron su insurgencia en la condición manabita

de Alfaro y porque el caudillo había ofrecido muchos beneficios a Manabí.

La propia investigadora argumenta una temprana muestra de identidad regional manabita y cita otros hechos de rebeldía, entre ellos, el protagonizado en 1816 por indígenas de Jipijapa que en su parque central se negaron a pagar un tributo abolido en 1811 y reinstaurado en 1814 por Fernando VII. La negativa se dio bajo la consigna “aunque nos corten el pescuezo” (Dueñas, 1987). Esos mismos actores habrían de aliarse posteriormente con mestizos y criollos de la región para ocultar a quiteños perseguidos por participar en la insurgencia independentista.

El CODEPMOC rescata que el montuvio siempre ha tenido la capacidad de movilizarse en pro de sus reivindicaciones socioeconómicas, visibilizándolo como un importante actor de cambios sociales. Desde la visión de la identidad manabita, Carmen Dueñas de Anhalzer (2014) coincide en gran parte con dicha postura y afirma:

“Tanto en la colonia como a inicios de la república, los manabitas dieron frecuentes muestras de su capacidad para auto gestionar proyectos beneficiosos para sus comunidades,

y fueron capaces de movilizarse, aun a costa de sacrificios personales, para defender sus intereses colectivos”.

El CODEPMOC acota enfáticamente que en el caso de Manabí *“el orgullo de ser manaba es para el montubio de la región **una identidad marcada por deseos de superación y progreso”***

El dominio de su entorno expresado en productividad y arte

José de la Cuadra (1937) en su ensayo sobre el montubio ecuatoriano califica de asombrosa la fertilidad de las zonas tropicales que conforman su hábitat y configuran su dedicación fundamentalmente a las actividades agrícolas. Cita las plantaciones de cacao, café, tagua, arroz, caña de azúcar, frutas como el banano, y pastos. *“(...) la flora lo da todo y hasta espontáneamente”,* reitera.

El historiador Alfredo Cedeño Delgado (2014) reafirma dicha visión y la traslada a Manabí refiriendo que, a la provincia, también la identifican productos coloniales emblemáticos como el sombrero de paja toquilla, el café, el cacao y la tagua.

En el presente se señala que la estirpe productiva de Manabí sigue ligada fundamentalmente a la actividad agrícola y ganadera. Cifras oficiales del INEC indican que el 14,2% de los manabitas trabajan como agricultores calificados, siendo parte del 27,63% de los trabajadores activos de la provincia insertos en actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras. Más de 100 mil personas que conforman la mano de obra de este sector se localizan en la zona rural.

Dentro de la distribución general de la población económicamente activa de la provincia por actividades, el 37,1% está ligado al sector agropecuario, siendo el primer rubro de actividad.

En la obra “Vistazo al Manabí profundo” (Mora, 2010) se sostiene que precisamente la prevalencia de la actividad agropecuaria comprueba y reconoce el carácter montuvio de Manabí. Característica evidentemente marcada desde el rol del campesino montuvio del litoral en general.

Particularmente el montuvio manabita ha traducido esa influencia en una experticia no solo para dominar sus tareas en el cultivo de la tierra sino para expresar el dominio de su entorno en su relación con la naturaleza. El montuvio es ágil trepando árboles, señala José de la Cuadra, o manejando el

machete, pero también expresando manifestaciones artesanales y artísticas de las que hoy se realizan orgullosamente reseñas y eventos costumbristas como característicos de Manabí, basados en elementos como:

Elaboración de instrumentos agrícolas: como el espeque, garabato, y el pilón. El pilón es el conjunto de un recipiente hueco y un mazo tallados en madera proveniente de troncos de árboles gruesos como el mango. En él se depositan los granos de arroz, maíz o café que se machacan para quitarles la cascarilla. Es una especie de piladora artesanal que el montuvio ideó para estas necesidades.

En cuanto al *garabato*, se trata de un instrumento rústico de madera que ayuda al machete en el desbroce de la maleza, mientras que el *espeque* está confeccionado con la misma rusticidad para ablandar la tierra y prepararla para la siembra.

La monta de caballo: que refleja no solo la necesidad del montuvio manabita de contar con un medio de locomoción para hacerse paso entre montañas y ríos, sino que demuestra su afecto por los animales domésticos y su manera particular de amansarlos.

En los cantones manabitas de Olmedo y Santa Ana, por ejemplo, es típico hasta ahora la práctica del Rodeo Montubio,

mientras que artesanos de ambas poblaciones elaboran en madera las monturas para caballos y burros. Andrés Mieles es uno de aquellos que aún conservan esta tradición en el sitio la Clemencia del cantón Olmedo (El Diario, p. 8B, 2014).

Elaboración de utensilios y artefactos de cocina: filtros (susungas), mateanchos, cucharas, bototos, son elaborados a base de la *crescentia cujete* o el mate como se conoce a este fruto en la campiña manabita.

El labrado en barro de los llamados comales y boca de fogones, también son manufacturas típicas del montuvio manabita. El comal, entre otros usos, es muy utilizado en el proceso del tueste del café en grano para posteriormente ser molido, pasado (colado) y extraída su esencia.

Dichas elaboraciones artesanales de utensilios, están muy ligado a la amplia reputación y **tradición de la gastronomía manabita**, basada en el plátano, maíz, maní, yuca, queso, pescado y animales domésticos como la gallina y el cerdo; con los cuales se preparan en fogones de leña, tradicionales platos como el caldo de gallina, el viche de maní y pescado, la tonga, las tortillas de maíz con queso, el café pasado, el bolón de plátano, entre otros.

La arqueóloga Valentina Martínez afirma que el horno manabita, data de más de mil años y que la destreza gastronómica que existe en Manabí viene de épocas prehispánicas. Considera que, al ser estas tradiciones parte de la identidad de los pueblos, los estudiosos de la arqueología y gestores culturales y los entes oficiales, deben elaborar en conjunto programas que permitan su conservación en el tiempo (Martínez, 2015).

Tejidos: sombreros de toquilla, mocora y bejuco. Los montubios también realizan sus manifestaciones artísticas con la paja toquilla (Amonsa, 2015). Esta expresión está influenciada en Manabí por el medio geográfico, específicamente por la transición de bosque seco a bosque húmedo que se da entre territorios vecinos de Jipijapa y Montecristi, lo que posibilita el cultivo de la *carludovica palmata*, nombre científico de la paja toquilla, insumo esencial en el tejido de sombreros; elaborados y conocidos en principio como Jipijapa y después en y como Montecristi. Sitios de éste último cantón como Pile y la Sequita, son pródigos en el tejido de sombreros, así como en Membrillal de Jipijapa (José A. Hidrovo, 2014).

No obstante, se reconoce que en recintos como Sasay en Santa Ana y Carrizal en Calceta también se teje el sombrero. En efecto el tejido tradicional de sombreros de paja toquilla es una expresión cultural montuvia manabita y ecuatoriana que alcanzó la máxima trascendencia mundial al ser declarado por la UNESCO en el 2012 como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Otras importantes manifestaciones. Dentro de la dinámica social de su entorno y en su relacionamiento, el montuvio manabita al igual que sus similares de otras provincias costeras, es un tocador de guitarra de extraordinaria destreza y un inspirador de música como el pasillo y versos como el contrapunto, amorfino o los chigüalos navideños, así como un entretenido contador de leyendas de duendes y fantasmas. Es parte de su carácter alegre y conversador, matizados con sus danzas con sombrero, machete, pañoleta y traje de blanco impecable o de colores vivos. El preámbulo de sus fiestas son los velorios que evidencian su fe y apego a vírgenes y santos como la Merced, Aguasanta, María Monserrate; San Miguel, San Isidro, San Lorenzo, cuyos íconos son tallados en madera y en menor proporción en tagua o marfil vegetal.

Precisamente este último elemento ha estado presente por siglos como producto agrícola manabita, estimándose que en la actualidad se producen en Manabí, alrededor de 50 mil toneladas (Revista El Agro, 2013). *En los agros tagüeros manabitas tallan el marfil vegetal para manufacturar sortijas y objetos de adorno personal* (De la Cuadra, 1937). En el sitio Sosote del cantón Rocafuerte se muestra la influencia contemporánea del cultivo de la tagua por la presencia de decenas de artesanos que elaboran dichos accesorios de uso personal, llegando a exportarlos a Europa y Estados Unidos.

La identidad indisoluble de familia y tierra

Sin lugar a dudas el montuvio manabita y el manabita en general están poderosamente ligados a su hábitat y genera una “querencia” única por su tierra que indisolublemente la vincula con el apellido y la historia familiar. *El manabita crea su primera identidad: familia-tierra* (Andrade, 2013). Para la antropóloga del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Andrea Minaguano, la identidad del manabita es fácil de reconocer porque está muy arraigada a su tierra; a esa perspectiva también se suma el historiador portovejense, Ramiro Molina, al referir que el manabita siempre se siente

orgullosos de sus orígenes, de sus tradiciones y de los paisajes de su entorno (El Diario, p. 2B, 2014).

En esta indisolubilidad de familia-tierra como identidad manabita, posiblemente influyen también otros factores como el hecho de que el montuvio varón mantiene firmes sus compromisos familiares pese a que por lo general no se casa (Ayala, 2002), cuando conforma un hogar.

De otro lado el carácter mostrado desde la colonia hasta inicios de la república de demandar títulos comunitarios sobre la tierra bajo un concepto de frontera agrícola abierta (Dueñas; 2014); hizo que el manabita no solo fuese un migrante consuetudinario dentro de su propio territorio, agrícola y demográficamente disperso, sino que influenciara con su fuerza laboral la expansión de la frontera agrícola del litoral y especialmente el desarrollo de zonas en las provincias del Guayas y Los Ríos (Buendía, 2010).

Aquello presuponía la necesidad del manabita de migrar en busca del sustento, pero a la vez de volver a su territorio para reencontrarse con sus raíces y con los suyos. Cabe aquí reiterar, la ya citada referencia del historiador Wilfrido Lora Moreira quien atribuye al nativo de Manabí -cuando está fuera de su provincia- la actitud de no especificar la localidad de la que proviene (Portoviejo, Manta o Chone) sino calificar su

procedencia como MANABITA, en un claro apego a esa querencia territorial, señalada al inicio de este apartado.

La identidad de la dignidad y el espíritu libre

Hay hechos que sin lugar a dudas marcan el carácter libre que se atribuye al manabita y le deviene ancestralmente de la estirpe montuvia. Entre ellos se menciona la misma configuración orográfica de la provincia que comprueba que sea la única provincia de la costa que no recibe agua de los deshielos de los Andes (Codepmoc, 2010). Condición que probablemente determinó que en la colonia y a inicios de la república, los montubios manabitas asumieran el concepto de *frontera agrícola abierta* (Dueñas, 2014) para desplazarle a producir la tierra de forma errante dentro de un territorio cultivable disperso y de limitadas fuentes hídricas.

Dicha geo movilidad (término del autor) se sugiere contextualizarla en las líneas de investigación del alemán Friedrich Ratzel y el norteamericano Frederick Jackson Turner que plantean una relación entre la geografía física y la población humana para explicar los *desplazamientos y migraciones como causa del desarrollo de las culturas y civilizaciones* (Arriaga-Rodríguez, 2013, pp. 16-17).

Dicha visión la asume Carmen Dueñas (2014) en su estudio “Nosotros los manabitas (...)” y acota que Turner plantea en su teoría que la *frontera* influye en los habitantes en su espíritu individualista, aguerrido y autosuficiente. *Características (...) exhibidas por los manabitas en reiteradas ocasiones* (p. 131)

Hay capítulos importantes de la historia que irradian dichas exhibiciones de libertad de los manabitas como su participación decisiva en la revolución alfarista. Actitud que es el reflejo también de valores innatos no solo de insurgencia sino de dignidad, sinceridad, espontaneidad y de respeto a los derechos de los demás y, obviamente de reivindicación de sus propios derechos.

El manabita, impactado por la naturaleza de su hábitat, asume dignamente su espíritu libre con valores.

El manabita es auténtico, espontáneo, sincero, transparente, trabajador, hospitalario; ha sido un ejemplo de aquello que el más notable de sus hijos, Eloy Alfaro, lo proclamó: “déjame cultivar y practicar las buenas costumbres y te devolveré honor y gloria” (Mora, 2010, p. 6)

Etnicidad diversa y enriquecimiento identitario

Se puede decir que el mapa político de Manabí, difiere con su posible “mapa cultural” porque retrospectivamente aglutina en su territorio un conjunto de comunidades con afinidades raciales y culturales que por determinadas circunstancias ocuparon las diversas zonas del territorio provincial, tanto en la época de la colonia como en los inicios de la república.

“(...) sectores tan variados como una población indígena relativamente autónoma, territorializada en Montecristi y Jipijapa; un campesinado de asentamiento disperso y poco inclinado a ocupar el suelo de manera estable; y un sector autodenominado “español”, que a pesar de su pobreza guardó celosamente su cultura y tradiciones, y mantuvo su cabildo durante los dos primeros siglos de la colonia”. (Dueñas, 2014, p. 130)

Esta particularidad entraña una muy interesante sinergia de diversos factores culturales, productivos, étnicos, políticos que, posiblemente en el caso de Manabí, muy a pesar de la territorialidad de sus 22 cantones, rebasan las fronteras político-administrativas hacia otras fronteras culturales que convergen en una identidad, fortalecida por las diferencias

que, sin embargo, suman sus expresiones particulares a un argumento único de identidad manabita.

Estudios alusivos a la agenda campesina de la región de Manabí (Buendía, 2010) y a la Cultura Popular en el Ecuador, caso Manabí (Cidap, 2010); antes que abordar la temática por la división política de cada cantón han preferido micro regionalizar la provincia para proyectar una visión más objetiva de los enfoques.

De igual manera el presente estudio estima apropiada esa metodología para mostrar los fortalecimientos identitarios que deviene de las reales, tangibles y perceptibles fronteras productivas-culturales aglutinadas en Manabí. Así tenemos:

Micro región cafetalera:

Territorios: Paján, Jipijapa, 24 de Mayo, Santa Ana, Olmedo

Etnicidad predominante: étnico-cultural nativa: Xipixapas, Manteño-Huancavilca (excepción de Santa Ana y Olmedo de etnicidad mestiza-montubia)

Productividad característica: café, maíz, yuca

Expresiones culturales predominantes: Tejido de sombreros de paja toquilla, tejidos de mocora (sombreros, petates). Tortillas de maíz. Greñoso, Bollos. Café “pasado”, Majada, Bolón de maní. Seco de Gallina. Fiestas religiosas; Rodeo

Montubio y pelea de gallos, especialmente en los cantones de Olmedo y Santa Ana.

Micro región ciclo corto:

Territorios: Zona norte de Sucre, Parte baja de Santa Ana, Portoviejo, Rocafuerte, Junín, Bolívar, Tosagua, Pichincha

Etnicidad predominante: mestizo montubia

Productividad característica: Cultivos de ciclo corto (arroz, maíz, fréjol, tomate, pimiento, zapallo, melón, sandía, naranjas); pesca artesanal (San Clemente, San Jacinto)

Expresiones culturales: Alfarería utilitaria: cazuelas, ollas de barro, artesanía en tagua, peleas de Gallo, Fiestas de San Pedro y San Pablo (Picoazá, Portoviejo), bailes típicos, chigualos, amorfinos. Artesanías en hojas de zapán. Morcilla, Seco de Gallina, Viche de pescado, Dulces.

Micro región ganadera

Territorios: Chone, Flavio Alfaro, El Carmen, San Vicente, Jama, Pedernales, Sucre.

Etnicidad predominante: mestizo montuvio. En menor proporción el cholo pescador.

Productividad característica: agropecuaria, ganadería. Siembra de pasto y cría de ganado vacuno. Cultivos de plátano, cacao y café. Acuicultura del Chame.

Expresiones culturales: Elaboración de guitarras. Oralidad, versos y contrapuntos. Influencia de manifestaciones o leyendas negroides por su proximidad con Esmeraldas. Artesanías en concha y caracol. Fiestas religiosas del señor de la Buena Esperanza y de la Virgen de la Merced. Cuajada con plátano asado, seco de gallina, chame en diversas preparaciones.

Micro región pesquera

Territorios: Manta, Montecristi, Jaramijó

Etnicidad predominante: Indígena, chola. En menor proporción montuvia

Productividad característica: Pesca artesanal, amplia producción de tejidos en toquilla.

Montecristi no tiene conexión directa con el mar sin embargo ancestralmente estuvo ligado a él por las poblaciones de Manta y Jaramijó que en su momento fueron parte de su territorio. Aquello ha permitido el traspaso de la cultura mareña a cierta parte de la población montecristense que se ha desplazado a laborar en las costas de los cantones vecinos en la pesca artesanal o en la construcción naval.

Expresiones culturales: Tejido de sombreros de paja toquilla. Artes de pesca. Fiestas religiosas de San Pedro y San Pablo.

Platos típicos a base de mariscos como el ceviche o el camotillo frito.

Sin duda hay un sabor montuvio y de ruralidad muy influyente en todo Manabí y sus microrregiones, dentro de la cual se tejen expresiones que les son comunes a cada una de ellas. Por ejemplo la **religiosidad** o la **gastronomía vernácula**, la **tecnología ancestral** expresada en sus viviendas, utensilios domésticos y de trabajo como el pilón o en los fogones de leña. **El apego a la familia, la tierra, la oralidad y la danza montuvia y el dominio del machete**, tanto como el monte, que expresan ese señorío de la misma manera que su enorme **destreza manual** con los elementos de la naturaleza como la toquilla, el bejuco, la madera, la tagua, el barro.

Ello explica además que la etnicidad montuvia es transversal en todo Manabí no obstante a que ha sido enriquecida por su diálogo e interacción con la cultura chola devenida de los asentamientos indígenas autóctonos que poblaron Jipijapa y Montecristi

En conclusión y en referencia a Turner es la frontera natural geográfica –y no la política- la que ha sido hasta ahora

el factor determinante del desarrollo y rasgos identitarios de Manabí.

La fuerza de la identidad manabita e iconicidad intracultural

En el apartado anterior quedaron planteados varios factores que reafirman la fortaleza identitaria de Manabí que, a partir del estudio de su medio geográfico, explica el proceso social y cultural que históricamente se ha desarrollado dentro de su territorio configurando a decir de Dueñas (2014) una identidad colectiva estando en un mundo particular, pero a la vez coincidente.

Producto de esa realidad cultural, Manabí ha venido desarrollando un discurso identitario, mediante acciones y resoluciones que reafirman esa realidad colectiva, como un producto histórico moldeado en su rica diversidad y complejidad (Sinardet, 2005).

El 28 de mayo del 2003, la corporación provincial, entonces llamada Consejo Provincial de Manabí, declaró oficialmente al mes de junio como el Mes del Manabismo, en alusión al 25 de junio de 1824 en que se instituyó la condición política de Manabí como provincia.

Sin embargo se ha señalado que el Mes de manabismo no es la simple alusión de aquella fecha sino también la recordación de la revolución liberal, el natalicio de Eloy Alfaro

Delgado, pero sobre todo, la reivindicación de un ideario del manabistimo, propuesto por primera vez en 1988, por el periodista Douglas Vaca Vera y que de alguna manera recoge la resolución emitida por el H. Consejo provincial del 2003 que dispone desarrollar actividades que destaquen los valores, cualidades y capacidades de los habitantes de la provincia (El Diario, 2010).

El actual Gobierno Provincial de Manabí institucionaliza desde el año 2010, y por el Mes del Manabismo, el evento denominado “Soy de Manabí”, que anualmente y de forma abierta al público se desarrolla en el Parque Forestal de Portoviejo, para promover la gastronomía, tradiciones y costumbres ancestrales.

El evento expone juegos populares como el trompo, los ensacados; las actividades de cortar leña, pilar arroz o café con el pilón; cocinar en hornos de barro, degustar platos típicos como el greñoso, el caldo de gallina, el café pasado, las tortillas de maíz; y difunde el arte de la danza, el amorfino, los chigualos, las artesanías en toquilla, bejuco y barro y otros elementos de la cultura montuvia.

A decir de la Viceprefectura, el evento “Soy de Manabí”, busca robustecer el sentido de pertenencia de todos los manabitas y se plantea desde esta iniciativa y desde del mes

del manabismo, desarrollar campañas cívicas en todos los cantones para fortalecer las raíces culturales y costumbres ancestrales.

La riqueza cultural de Manabí proyecta una manera particular de ser e interpretar el mundo. Un mundo marcado transversalmente por la huella de la etnicidad montuvia y que bien puede materializarse y reconocerse intraculturalmente en este particular lenguaje icónico:



Figura 22. Iconicidad de la cultura montuvia manabita
Elaboración propia

4.1.2. El Montuvio y la Cultura cafetalera en Manabí

Tradicionalmente la producción cafetalera en el Ecuador, y por ende en Manabí, ha sido abordada desde los indicadores económicos y su importancia dentro del modelo agroexportador que caracterizó con mayor énfasis, a la economía ecuatoriana desde las décadas finales del siglo XIX hasta pasada la mitad del siglo XX.

El café junto al cacao y al banano, cada uno en su época, marcaron la impronta de la agro exportación como modelo económico, en el cual mucho tuvo que ver el rol del montuvio de la costa. Para Pinos (2009) los recursos naturales, económicos y humanos relacionados con la etnia montuvia del litoral ecuatoriano, recibieron la presión del modelo agroexportador.

Para fines del siglo XIX hubo una gran demanda de cacao a nivel mundial, razón por la que este producto se convirtió en el principal rubro de exportación para el Ecuador. No obstante, el boom cacaotero tocó fin en 1920, con la crisis internacional del cacao, después de 150 años de producción (Buendía, 2010), extinguiéndose de a poco su relevancia para la economía nacional. A partir de 1948, se dio el auge bananero, por el cual el Ecuador alcanzó el primer puesto en la exportación (Larrea 1987), bonanza que decaería con el boom petrolero, a inicios de la década del 70.

Como alternativa de aquella segunda crisis de la agro exportación, el café pasa a constituirse, a mitad del siglo XX, en uno

de los principales productos de exportación del país. Dentro de aquello, Manabí se convirtió en el principal productor y comercializador de café arábigo, que por cerca de tres décadas, fue principal puntal de la economía provincial, llegando a producir hasta 720 mil quintales anuales para la exportación como resultado de una media de 10 quintales por hectárea multiplicada por las 72 mil hectáreas destinadas a la caficultura y distribuidas en la microrregión cafetalera conformada por los cantones de Jipijapa, Paján, 24 de Mayo y una parte del cantón Santa Ana; apunta Buendía (2010).

Pero detrás de esta boyante economía cafetalera, que no necesariamente redistribuía su riqueza al pequeño productor, se fue configurando, más allá de lo productivo, un espacio de concordancia entre naturaleza y cultura que dio paso a una manera particular de dejar en tierra y en la cotidianidad de la vida montuvia de la microrregión cafetalera de Manabí, los aromáticos ritos surgidos de este grano que a raudales se iba por los puertos de Manta y Guayaquil a los mercados de Europa y Estados Unidos.

Para entender cuál es ese rito cotidiano del café desprendido de su producción, es necesario mirar algunos antecedentes de su cultivo y maneras de producirlo.

Aunque ya para 1830 se introdujo en Manabí la variedad de café arábigo, empezando su cultivo en Jipijapa en los recintos El Mamey y Las Maravillas (MAG, 1988), la investigadora Rosa Ferrín (1989), refiere que a partir de 1930 con la crisis de la gran propiedad, se da el surgimiento de unidades de producción menores, tipo finca, que permite que cultivos como el café queden ceñidos al ámbito productivo de medianos y pequeños predios, consolidándose en Manabí, estas unidades de producción.

Los precios internacionales del café que alcanzan niveles altos a mediados del siglo XX estimulan la actividad de las fincas que se caracterizan mayoritariamente por ser unidades familiares amplias que integran en el trabajo a padres, hijos, nietos, primos, sobrinos; existiendo entre las familias una estructura organizativa comunitaria y también de apoyo en tiempos de las cosechas de café (Buendía, 2010).

Ferrín (1989) refiere que el florecimiento de un sinnúmero de fincas dedicadas solo a la producción de café, determina que Manabí se convierta en los sesenta en el primer productor nacional del grano, surgiendo Jipijapa como el gran centro de producción cafetalera, sumando con Paján y 24 de Mayo un corredor de plantaciones de más de 40 millones de cafetos.

Ya para esa época, en Manabí, “finicar” era una manera de trabajar la tierra y una estrategia de autosuficiencia alimentaria, así

como un modo en que el montuvio, del litoral en general, no solo ejercía su fuerza laboral en una economía de subsistencia, sino que construía sus relaciones y su familia, dado el hecho de su movilidad para buscar más allá de su terruño el sustento en épocas de cosecha o en épocas de sequía (Pinos, 2009).

Tal cual el montuvio de la costa, el carácter errante del montuvio manabita se expresaba haciendo primero labores de desmontes, sembrando árboles, maíz, higuera o algodón hasta que en algún lugar se “hacía de compromiso” (formaba familia). En esas circunstancias y cuando a dicho cultivos le tomaban la posta monocultivos como el café, entonces llegaba el momento de “fincar” en los cafetales ajenos o en los de la propia familia en los que se establecía cuando formalizaba sus compromisos conyugales, de acuerdo a Pinos (2009). Actividad que se vuelve importante y sustentadora de la reproducción social de los medianos y pequeños “finqueros” manabitas (Ferrín, 1989).

Es en esa estructura social donde **empieza a germinar un saber**, más allá de lo productivo, cual es **la cultura interna del consumo doméstico artesanal del café tostado y molido**; que se propagó con fuerza desde las zonas cafetaleras de la provincia, bajo el estímulo de los siguientes factores:

- **El modelo agro exportador:** históricamente la actividad agrícola de Manabí ha estado orientada a productos que en sucesivas épocas ha exigido el modelo económico agro exportador, bajo el influjo de las demandas y de los precios del mercado internacional (Cidap, 2010). El café es uno de esos productos cuyo cultivo y comercialización ha marcado una influencia socio-económica en la provincia. En pleno auge cafetero, **Manabí llegó a concentrar cerca del 60% de la producción nacional** en una relación de 30 mil fincas de las aproximadamente 54 mil sembradas de café que tenía el país a mediados del siglo anterior (Ferrín, 1989).
- **La transformación de la propiedad productiva:** Tal como lo anota Ferrín (1989), al descomponerse a partir de 1930, la gran propiedad tradicional, **en Manabí se consolida la mediana y pequeña finca** que bajo el boom internacional del café, las induce a transformarse en unidades de monocultivo, **masificando la producción del grano en la zona sur: Jipijapa, Paján y 24 de Mayo;** y en menor escala pero en no menos importancia, en la zona central: Santa Ana, Portoviejo, Junín; y la zona Norte: Bahía de Caráquez, Chone, Calceta y El Carmen.
- **La tecnificación y rentabilidad de la caficultura:** La reorientación de las fincas agropecuarias hacia el cultivo especializado, como señala Buendía (2010) no solo es posible

por la rentabilidad ante un mercado internacional que en su momento demandó productos como el café a precios muy atractivos que aparentaban una alta rentabilidad para los “finqueros”, sino que, como sostiene Ferrín (1989) **las propias condiciones naturales de la provincia favorecían el cultivo del grano de la variedad arábigo, con poca inversión y escasa tecnología, lo que también hacía rentable la actividad.**

Sin embargo, esa aparente “rentabilidad” del cultivo del café no era del interés de los grandes exportadores o terratenientes, dado a que la poca tecnificación hacía demandar mano de obra abundante, por lo que se dejó que los finqueros tomaran el riesgo en sus pequeñas unidades productivas, el cual fue asumido integrando a toda la familia en el proceso, esto es padres, hijos, nietos, primos, sobrinos, nueras, entre otros. Aquello no solo traería una amplia e intensiva producción del grano sino la recreación cultural del entorno del trabajo pre-cosecha, cosecha y post cosecha con alcances de nivel social, gastronómico y artesanal.

- **Los rasgos socio-culturales del montuvio manabita:**

Como quedó indicado el cultivo del café tradicionalmente ha sido realizado por los pequeños agricultores, empleando la mano de obra de sus familias. Aquello constituye un argumento que abona

a una de las características atribuibles al manabita, devenido de su etnicidad montuvia: **el apego a la tierra y a la familia.**

Por décadas el montuvio manabita vinculado a la producción cafetalera ligó la unión familiar en torno al café, a su producción y a **tomar una taza de café caliente para combatir el frío de la madrugada** al levantarse para empezar sus tareas cotidianas, sobre todo en tiempos de cosecha, según testimonia don Severo Lucas, un veterano finquero retirado de la actividad que recuerda la preparación de la jornada y sobre todo la recepción de los jornaleros que de otros lares, llegaban temporalmente al recinto El Retiro del cantón Jipijapa, a **faenar entre junio y agosto**, época de cosecha, **no sin antes servirse, cada amanecer, el típico café pasado.**

Por su parte el agrónomo Sergio Cedeño, quien recorre las comunidades montuvas del litoral en busca de historias y testimonios, acota que **en un velorio montuvio siempre ha sido típico servir café pasado** caliente para acompañar platos como el seco de gallina que se sirve durante la noche a los con dolientes (La Revista, El Universo, 2015).

Este rito no es ajeno a la campiña manabita donde **el aromático café pasado también puede ser servido con una tortilla de maíz en un velorio o en un desayuno.** Eso muestra además el apego del montuvio a los santos, al cementerio, a la

vida y a la muerte de lo cual ha tejido leyendas que enriquecieron su oralidad a la luz de una lámpara petromax o la “conversa” de un velorio al calor de una taza de café.

De otro lado, el montuvio manabita, siempre se ha caracterizado por construir sus propios instrumentos para cultivar la tierra y dominar su entorno. En los cuartos de cocina de las casas de campo, era fijo encontrar el tradicional horno de leña, sobre el cual yacía el **comal de barro para tostar el café**, el **molino manual** de café –algunos tan antiguos de inicios del siglo XX, como el que dispone en su Museo particular de Jipijapa, el historiador Genaro Nieto (ver en anexos)-, la **susunga o el colador** hecho de mate o también **el filtro de aluminio** colgado en las paredes de caña, tal como lo recrea el Museo etnográfico Cancebí, de la ciudad de Manta (ver en anexos).

A esos implementos se agrega el tradicional **pilón de madera** (bunque y mazo), el **tendal** y la **saranda**, con lo cual se cumplía el secado y pilado artesanal del café en un lugar descampado de la finca familiar.

En resumen, se acota que el café “manabita” que acompañaba los amaneceres, las meriendas o los velorios del campesino, siempre tuvo la principal característica de **ser**

tostado, molido y filtrado con objetos propios fabricados por el montuvio para esta finalidad (Mora, 2010).

4.1.3. El café tostado, molido y “pasado” como expresión intracultural en Manabí

Ya en el apartado anterior se dejan implícitos algunos ritos y tradiciones en torno al café que abonan a su condición de manifestación de intracultura. Para sostener esta apreciación queda reafirmar que la cultura a más de las artes y las letras, abarca algunos rasgos y peculiaridades que caracterizan a una sociedad o a un grupo social, entre otras: sus modos de vida, las maneras de convivencia o de vivir juntos, los valores, las tradiciones, las creencias (Unesco, 2001). Mientras que la intracultura radica en el reconocimiento, fortalecimiento, valoración y desarrollo de la propia cultura por sus miembros (Ries, 2013).

En la construcción de su modo de vida y tradiciones, Manabí ha tenido diversos argumentos, entre ellos, la caficultura, que influyó fuertemente la economía, la vida social y familiar del montuvio en particular y de la provincia en general, en buena parte del siglo XX.

La producción cafetalera desembocó en algunas expresiones culturales, una de ellas el procesamiento y consumo interno de café artesanal, entendiéndose como tal el café tostado, molido y “pasado”; práctica ancestral que, a través del tiempo, ha aportado ese

fortalecimiento, valoración y desarrollo de la propia cultura (intracultura) propuesto por Riess, en este caso la cultura montuvia regional como parte de la propia identidad manabita.

Hay argumentos que abonan a dicha afirmación y que dibujan la trayectoria del café artesanal, desde su producción hasta ser incorporado como parte de los valores identitarios asumidos y desarrollados en el tiempo por los manabitas. Veamos.

Aunque ya se dijo, que la caficultura provincial data desde los inicios de la República, particularmente durante las décadas del 50 al 80, Manabí tenía un fuerte olor a café. Los campos de la zona sur con Paján, 24 de Mayo y, especialmente Jipijapa, eran el centro de la producción no solo provincial sino nacional. Las zonas centro con Santa Ana, Junín y Portoviejo; y norte con Bahía de Caráquez, Chone, Calceta y El Carmen; tuvieron también importantes áreas de cultivo de café arábigo (Ferrín, 1989).

El grano era cultivado por familias asentadas en medianas y pequeñas fincas que demandaban mucha mano de obra adicional, sobre todo en épocas de buenas cosechas. Para entonces Manabí ya era reconocido como primer productor nacional de café y Jipijapa como “La sultana del café”. La producción y el comercio se unían en una febril actividad en este cantón.

El historiador e investigador jipijapense Genaro Nieto recuerda que por la ciudad circulaban no solo camiones con sacas llenas de café, sino de dinero que era retirado de la sucursal del Banco Central del Ecuador, única entidad bancaria capaz de atender los volúmenes de crédito que demandaba el amplio comercio cafetalero de la zona. (G. Nieto, comunicación personal, 27 de marzo de 2015).

También en aquella época y a puertas de la cosecha de café, entre fines de mayo e inicios de junio, la entonces plaza “Simón Bolívar”, actualmente Parque central de Jipijapa, se llenaba de familias enteras que provenían de diversos puntos de la provincia, especialmente de Portoviejo, Santa Ana, Montecristi y Manta; en búsqueda de ser empleados como jornaleros, tal como lo recuerda don Severo Lucas, caficultor del recinto El Retiro que al igual que otros medianos y pequeños productores llegaban al parque central en búsqueda de mano de obra. Y es que, como coincide Ferrín (1989), se observaba una intensa movilidad intrarregional por la demanda de jornaleros.

Los peones contratados eran trasladados masivamente a las fincas donde podían permanecer hasta el término de la cosecha entre agosto e inicios de septiembre. La contratación a más del salario y el hospedaje incluía las tres comidas diarias.

Doña Tomasa Sánchez, oriunda del recinto Pisloy, zona cafetalera del cantón Jipijapa; recuerda que a eso de las 4 o 5 de la

tarde, los trabajadores contratados llegaban a las fincas e inmediatamente se los recibía con la merienda que incluía, de hecho, una taza de café “pasado”. (T. Sánchez, comunicación personal, 28 de noviembre de 2015).

Acota que esa rutina se mantenía durante los tres meses y más de cosecha. El desayuno se servía a las 6 de la mañana y podía consistir en arroz con bistec o tortillas de maíz, acompañado con un café negro caliente. La merienda se daba a las 5 de la tarde y el café también era infaltable.

Dice doña Tomasa que dada la abundante producción de café y el número de jornaleros que demandaban las fincas, se hizo costumbre y necesidad tostar y moler permanentemente buenas cantidades de café para atender a los comensales en tiempos de cosecha.

Repasa el proceso y señala que siempre en las fincas quedaba para consumo interno remanentes de café verde (que era secado después) que no era vendido a los comerciantes, el cual era pilado con el bunque y el mazo artesanal para extraerle la cascarilla. Esta tarea por lo general la cumplía algún hombre de la familia.

Ya limpios los granos eran llevados a la cocina y puestos en un comal o vasija de barro donde se lo tostaba a fuego lento en un horno a leña. En épocas de cosecha las mujeres podían llegar a tostar hasta 30 libras de café para abastecer la demanda de una

semana. El tueste requería de comales grandes. En el proceso se agregaba azúcar para lograr un tostado parejo y ganarle sabor a la esencia en el filtrado del café ya molido.

Don Isauro Intriago, un portovejense mayor que guarda en su lúcida memoria, recuerdos y anécdotas de la vida del campo, conoció de cerca la caficultura y señala que no solo las mujeres de la casa se encargaban de tostar el café, sino que algunas señoritas o esposas que no eran de los recintos y llegaban con sus familias a trabajar en las cosechas eran requeridas para tareas de la cocina donde también aprendían a tostar café. (I. Intriago, comunicación personal, 7 de agosto del 2015).

Agrega que las fincas contaban con despulpadoras artesanales para el auto consumo y unos molinos de gran capacidad para moler el grano en cantidad. Los varones eran quienes operaban estos instrumentos. Rescata finalmente que Chone también tenía mucha importancia en la producción cafetalera de Manabí, por la cantidad de plantaciones y mano de obra que se ocupaba.

En efecto, de acuerdo a la cantidad de hectáreas sembradas las pequeñas o medianas fincas podían llegar a emplear entre 10 a 40 personas en la cosecha, según lo testimonia en un documental del MAGAP (2014), Teófilo Quimís, agricultor del recinto Santa Rita de la parroquia La América.

Aquello lo ratifica don Severo Lucas del recinto El Retiro quien testimonia que como mínimo se necesitaban 10 parejas. (S. Lucas, comunicación personal, 5 de diciembre de 2015). El concepto de “pareja” se debía a que en el proceso de cosecha había que cargar entre dos personas, y de mata en mata, una lona o tendal de yute, en el cual se depositaba el café maduro cosechado.

Cabe alegar entonces que la numerosa mano de obra empleada directamente en la caficultura no solo posibilitó multiplicar los resultados productivos del cultivo sino los quehaceres y saberes ancestrales en torno a esta práctica, entre ellos el procesamiento y consumo del café artesanal, tostado, molido y “pasado” que, como lo indica la señora Tomasa Sánchez, no solo se necesitaba para acompañar las comidas de los jornaleros en la cosecha sino también en las casas y en cualquier época del año, donde a más del pilón y del comal se tenía un molino metálico y el tradicional filtro de aluminio.

Cualquier día era propicio para tostar café, pero las tardes de los sábados era el momento preferido para inundar la casa del aromático olor a tueste, afirma doña Tomasa, que al igual que mucha gente del campo, almacenada el café molido en pomos de vidrio o latas vacías, que abastecían a la familia durante la semana.

Todas estas costumbres en el proceso y consumo de café artesanal en la zona sur de Manabí, tampoco eran diferentes o ajenos en la zona norte. Así lo testimonia, la señora Sixta Zambrano Stacio, de la comunidad Río Canoa del cantón San Vicente, otrora parroquia del cantón Sucre (Bahía de Caráquez).

Doña Sixta refiere que su padre fue dueño de muchas hectáreas de café que producían abundantemente en la época de auge del grano. Creció con el conocimiento de la producción cafetalera, ayudando a su madre, Nieves Stacio, en el tostado, molido y filtrado del café artesanal que consumía la familia y también los jornaleros que empleaba su progenitor. (S. Zambrano, comunicación personal, 22 de agosto de 2015).

El pilón, el café seco y la limpieza de su cascarilla, el comal, el fogón de leña, el filtro de aluminio; no son para nada desconocidos para esta mujer que aún hereda unas pocas plantas de la finca de su padre, con cuya cosecha se resiste a dejar morir la tradición del café tostado, molido y pasado.

En su vivienda del recinto Río Canoa, tiene hasta hoy un letrero que anuncia la venta de café tostado y molido en cualquier época del año. Su emprendimiento y perseverancia le ha significado reportajes en los medios de comunicación, e invitaciones del Municipio de San Vicente para promover su producto artesanal en

la feria de las organizaciones campesinas de la zona norte que se celebra anualmente en dicho cantón.

No obstante, la señora Sixta cuenta una realidad contundente: grandes plantaciones de café, entre ellas la de su padre, Doroteo Zambrano, se destruyeron por las sequías que asolaron la provincia.

Es aquí donde es necesario analizar de qué manera los fenómenos y desastres naturales como las sequías e inundaciones muy recurrentes en Manabí, no solo influyeron en la destrucción de plantaciones como el café sino también (y del lado positivo) en que muchas costumbres ancestrales, entre ellas el proceso y consumo de café artesanal, se arraigaran en las ciudades de la mano de los fenómenos migratorios campo-ciudad derivados de dichos desastres.

En Manabí se registran dos períodos severos de sequías en el 68-70 y en el 79-82. Siendo que en el primer fenómeno no llovió durante 20 meses causando un masivo éxodo de campesinos a las ciudades, según la base de datos del Sistema de Inventario de Efectos de Desastres (DESINVENTAR) de La Red de Estudios Sociales en Prevención de Desastres en América Latina (LA RED).

La misma base recoge graves inundaciones ocurridas en los años 82-83 y 97-98. En el primer caso el intenso invierno empezó

en marzo de 1982 y se prolongó hasta mediados de 1983 (Ferrín, 1989, pp. 127).

Las inundaciones del 82 y el 83 no solo determinaron la pérdida de las cosechas de café sino la incomunicación de las zonas productoras, de acuerdo a Ferrín (1989). Mientras que don Severo Lucas, recuerda que fue debido a la primera gran sequía del sesenta, que tuvo que emigrar a Manta con su esposa y cinco hijos.

En el 2004 LA RED y la Escuela Politécnica Nacional, concluyen para Ecuador, una investigación comparativa, de información y capacitación de la gestión de riesgo desde una perspectiva social que enfoca el caso de Manabí. El informe revela que, efectivamente, es a partir de los años 70 en que se da el decrecimiento poblacional en zonas rurales de los pequeños cantones como Bolívar, 24 de Mayo, Santa Ana en favor del surgimiento de barriadas populares en las urbes mayores de Portoviejo y Manta. Se afirma que desde entonces Manta sostuvo un crecimiento poblacional que entre 1990 y 2001 registró un aumento del 44,8%.

Dichos sucesos migratorios se han dado a causa de la pobreza en el campo influenciada por los desastres naturales de las sequías y el fenómeno de El Niño.

Este movimiento migratorio del montuvio a las urbes mayores de la provincia no solo correspondía a un hecho de supervivencia, sino que cargaba consigo una expresión de añoranzas por lo que se dejaba en las fincas y en la vida rural.

Parte de esa añoranza el montuvio la llevaba consigo a la ciudad o la materializaba manteniendo los contactos o lazos con quienes se quedaban en el campo.

Don Severo Lucas recuerda que, al poco tiempo de haber emigrado, regresó al campo y volvió a Manta con algunos utensilios, entre ellos el pilón de madera.

Otro ejemplo lo da Vielka Navia Loor, actual Directora del Museo Etnográfico Cancebí, y cuyos ancestros son del cantón Junín, refiere que su abuela emigró a Manta e hizo construir un fogón de leña en el cual tostaba y molía café los domingos, cuya esencia fresca se servía en tazas que acompañaban el desayuno con una tortilla de maíz o torta de choclo, preparada en el mismo horno. Era un rito que vivió con frecuencia durante su infancia. (V. Navia, comunicación personal, 12 de marzo de 2015).

Hay el caso también de migrantes que recibían en la ciudad la visita de sus familiares del campo quienes entre otras cosas, solían llegar con fundas de café en grano o molido, y si no se daban las

visitas, la familia buscaba intermediarios para hacer llegar el “encargo” a la ciudad.

Los tiempos del auge cafetero y la incipiente industrialización del grano en el país –la marca Minerva apareció en 1963 como café para filtrar (El Tiempo, 2012) mientras que el primer café soluble, Pres 2, apareció en 1978 (Ekos, 2011)- favoreció también que en los mercados y despensas de las ciudades se vendiera café en grano listo para tostar, café tostado listo para moler o café molido listo para “pasar”, esto originaba que en las casas de la urbe, sobre todo en las de origen campesino, existieran hornos de leña y los instrumentos requeridos para el procesamiento artesanal del grano, especialmente el molino y el filtro de aluminio.

El historiador Genaro Nieto, recuerda que en los almacenes de Jipijapa se vendían todos los implementos para tostar, moler y pasar el café, entre ellos el comal, el molino y los filtros de aluminio. Igual cosa sucedía en ciudades como Portoviejo que tradicionalmente ha tenido un importante flujo de población rural que ha estado de paso haciendo compras de todo tipo.

Esa expresión intrarregional e intracultural del café artesanal que devino, sobre todo, de la época dorada de la producción cafetalera manabita, marca su huella cultural en el tiempo pese a

que en la actualidad ha decrecido considerablemente no solo por la baja productividad del grano sino también por la masificación de los cafés solubles. Sin embargo son las anteriores generaciones que aún sobreviven al boom cafetero de los años 70 u 80, las que se resisten a dejar que esta impronta de cultura sea borrada en el tiempo como lo testimonia la señora Sixta Zambrano en la zona norte y también en la zona centro doña Elvia Mendoza y su esposo Don Manuel Chum del sitio El Congo de la parroquia Abdón Calderón del cantón Portoviejo quienes en un documental de la Universidad San Gregorio (2014) muestran su actividad de más de 50 años de cultivar, pilar, tostar, moler y pasar café.

Si bien los desastres naturales, la caída del precio internacional, el envejecimiento de las plantaciones por la escasa tecnificación, y las migraciones determinaron con el tiempo el decrecimiento de la producción cafetalera de la provincia; la huella del otrora consumo frecuente de café artesanal sigue humeando en los valores identitarios de los manabitas y en el proceso mental de sus evocaciones que demandan una urgente socialización intracultural de su legado en las nuevas generaciones, rescatando sus significaciones y simbolismos.

Para ello es necesario visibilizar aquella simbología y los contextos donde se generó la práctica ancestral del café tostado, molido y pasado. El reconocimiento de esa práctica como expresión intracultural se puede fundamentar y sistematizar bajo los siguientes argumentos:

1) La reputación de Manabí, como provincia cafetalera

Manabí aún conserva, de acuerdo a estadísticas del Consejo Cafetalero Nacional, COFENAC (2012), la mayor superficie de producción cafetalera con alrededor de 52 mil hectáreas cultivables. Dato que coincide con el informe del Boletín Agrícola Integral de la Zona4 del MAGAP que el 2014 registraba para Manabí, una superficie cultivable de 51.195 hectáreas. Porcentualmente se estima que de las más de 97 mil hectáreas de café sembradas en el país, Manabí lidera con el 45.7%, le siguen Loja (18.3%), El Oro (5.8%), Los Ríos (3.7%) y Bolívar (3.2%). Estos datos corresponden a un estudio reciente sobre la producción de café en la provincia (Sepúlveda, 2015, p. 28).

De otro lado la reputación del café también se liga a los atributos intrínsecos y aspectos sensoriales como los perfiles de aromas, tan apreciados en los mercados internos y externos. Al respecto, José Nicolás Vélez, prestigiado productor y experto cafetalero del país, reconoce la buena calidad del café cultivado en

Manabí, especialmente en Jipijapa, calificando a la zona como una de las tierras más versátiles y ricas. Opinión recogida por el sitio web del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, IEPI.

Dicho reconocimiento de acuerdo a Sepúlveda (2015) pueden traducirse en certificaciones como la DAP (Declaración Ambiental de Producto) dadas las condiciones agroforestales y de tradición que presentan los cultivos de café en Manabí.

2) El esparcimiento de la caficultura en el territorio manabita

Ya en 1989, se recogía el auge y la influencia de la caficultura en las zonas norte, centro y sur de Manabí, con preeminencia en esta última (Ferrín). En el presente, Sepúlveda (2015) realiza un estudio que registra la presencia de cultivos de café en fincas dispersas en 21 de los 22 cantones con que cuenta la provincia. Jipijapa (28.7), Paján (15.4), 24 de Mayo (15.2), Santa Ana (13.8), lideran los porcentajes de producción, mientras que Manta, Montecristi, San Vicente y Rocafuerte, están al final con 0.1% cada uno.

En todo caso se demuestra, aunque sin el apogeo del siglo anterior, que el cultivo de café sigue vigente en toda la provincia.

3) La influencia del café en el desarrollo de las principales urbes de Manabí.

A principios del siglo XX, el puerto de Manta despachaba grandes cantidades de café, sobre todo al mercado europeo,

recuerda el productor cafetalero José Nicolás Vélez. Para los años noventa, Ecuador llegó a exportar hasta dos millones de sacos.

Producto de ese auge, entre fines de los ochenta e inicios de los noventa Manta se consolidó como el primer puerto para la exportación de café con un volumen del 40.7%, ligeramente superior a las exportaciones por Guayaquil que alcanzaban un promedio del 40.6% (Ferrín, 1989).

Esto reflejó también el asentamiento en el puerto manabita de las principales Casas piladoras y exportadoras del país, entre ellas Cía. Anónima Balda y su piladora Santa Sofía; Casa Comercial Jacob Vera y su piladora Santa Elena; Cía. Comercial Exportadora Ovidio Mora y su piladora Pepita; Cía. Exportadora Jorge Medranda y su piladora Carmelita; se suman las exportadoras Cía. De Intercambio y Crédito, Heredia, y Humberto Garcia Cía. Ltda.

De acuerdo a Ferrín (1989), en aquella época, el desarrollo comercial e industrial de Manta estuvo bastante ligado a la exportación de café. También el adelanto urbanístico sufrió un fuerte impacto del auge cafetero. Así en 1973, la exportadora Balda construyó el edificio El Vigía, el más alto de entonces, con 16 pisos, y que por décadas fue el emblema del paisaje urbano mantense. En esa misma década la exportadora Medranda, construyó el edificio Medranda, actual Del Bank; mientras que el primer ascensor que

hubo en Manta fue el instalado en el edificio Vera, construido por la exportadora Jacob Vera y que aún subsiste.

Antes en 1962 se construyó el Estadio Jocay, financiado por la retención de 1 sucre de cada saco de café exportado bajo la autorización de la exportadora del señor Hugo Vera (El Diario, p. 6A, 2012).

En las piladoras se empleaban a cientos de mujeres de los estratos populares de la ciudad, quienes hacían la recolección de granos de café aptos para la exportación.

Portoviejo, como capital y centro operativo del sector público de la provincia, también mostró el influjo del auge cafetalero a través de las operaciones de la sede regional del entonces Ministerio de Agricultura y Ganadería, con el Programa Nacional del Café y a la instalación de la Estación Experimental del INIAP que aún se mantiene con el objetivo permanente de generar tecnología y mejorar cultivos como el café.

Respecto a Jipijapa, no cabe reiterar ni dudar, que la caficultura fue determinante en su productividad por lo menos hasta la década del 90.

4) La huella cultural del café en la identidad y saberes ancestrales del manabita.

Sin duda, la importancia que alcanzó el grano en el siglo anterior, en la economía provincial, sobre todo en la zona sur de

Manabí, desarrolló una sabiduría ancestral en torno al café, con algunas connotaciones en las maneras de producción, las relaciones sociales, la gastronomía y otras manifestaciones del arte del montuvio de diversas raíces que convergían en el ambiente de campo donde se daba el cultivo de café.

El proceso del café artesanalmente pilado, tostado, molido y “pasado” generó una tecnología propia con instrumentos como el pilón, la saranda, el molino, el comal, la susunga, el fogón de leña; así como la manera de ganar sabor a la esencia con el movimiento del grano, su exposición al fuego y el esparcimiento de azúcar durante el tueste.

La gastronomía manabita cuya base es el plátano, el maní y la yuca, se ha fortalecido en el tiempo con el acompañamiento de una taza de café “pasado” al momento de degustar una tortilla de maíz o de yuca, un bolón de verde con chicharrón, un plátano asado con queso o un maduro con salpíeta. Estas tradiciones culinarias siguen vigentes en la vida rural y urbana de Manabí, en cuya población late siempre la añoranza de hallar esencia de café “pasado” a la hora de un desayuno, una merienda o simplemente compartir una taza de la bebida con familiares o amigos.

En un documental de la televisora nacional, Oromar (2015), Juan Piñuela, Coordinador Técnico de Reactivación del Café del MAGAP, recuerda que hace tres décadas, cuando las personas

recorrían la provincia en cualquier punto o lugar podían encontrar café “pasado” y refiere que ahora esta posibilidad está supeditada a cafeterías franquiciadas.

No hay que olvidar también que tanto el auge como la crisis de la caficultura originaron, como lo señala Ferrín (1989), una particular movilidad intrarregional de personas; ciudad-campo en tiempo de cosechas y campo-ciudad en tiempos de sequías o inundaciones.

Ello trajo consigo la integración de las personas a los saberes del café, una vez que de alguna manera entraban en contacto con su proceso productivo, social y cultural, a través de las cosechas, una comida o un velorio.

Y es que el café también enriqueció la oralidad manabita con leyendas como el “Pozo encantado” que Yuri Tigua del sitio Choconchá recuerda citando, entre otros personajes, a una bella joven citadina que llegó al campo para las cosechas de café, casándose con un montuvio de apellido Parrales. Ella al dirigirse a lavar hacia un pozo del lugar, desapareció misteriosamente en sus profundidades, igual como había sucedido con otras muchachas del lugar. (Y. Tigua, comunicación personal, 5 de septiembre del 2015).

Sin duda que al café amerita atribuírsele un amplio influjo en la cultura regional.

5) La iniciativa oficial y particular que promueven la recuperación, no solo productiva sino simbólica del café artesanal en Manabí.

La implementación del 2011 al 2020 de un plan nacional de reactivación de la caficultura que busca alcanzar al décimo año, más de 2 millones de quintales en producción de cafés especiales en beneficio de 52.500 familias productoras de café arábica, según el sitio web oficial del MAGAP; demuestra que oficialmente aún se considera la importancia de la producción cafetalera para la economía del país.

Dentro de ese Plan se preveía para el 2014 reactivar, 30 mil hectáreas de café en Manabí, sembrando 2 millones de plantas de alto rendimiento importadas de Brasil.

Por su parte el Gobierno Provincial de Manabí, planificó desde el 2013, la construcción de 30 macro viveros para aportar con la producción de 30 millones de plantas con una inversión que sobrepasa los 170 mil dólares (manabi.gob.ec).

Dichas iniciativas son muy importantes como otras que buscan la recuperación del café como identidad productiva y económica y de expresión cultural, tanto a nivel de la provincia como del país.

Así tenemos:

La Feria Internacional del Café y del Cacao, “Aromas del Ecuador”, acoge desde el 2011, importantes espacios de promoción de la producción cafetalera industrial y artesanal bajo la organización del Instituto de Promoción e Inversión de Exportaciones, PRO ECUADOR. El evento tiene 5 ediciones y en él se muestran no solo grandes sino pequeños productores.

La Taza Dorada, es un evento bajo iniciativa privada de la Asociación Nacional de Exportadores de Café, ANECAFE, que desde el 2007 ha cumplido 9 ediciones, teniendo entre sus objetivos premiar y posicionar internacionalmente los cafés especiales del Ecuador y que los productores reciban precios diferenciados por la calidad de la cosecha a la par que se motiva las buenas prácticas agrícolas para obtener cafés especiales, dinamizando la economía del sector a nivel nacional.

De las nueve ediciones, dos se han realizado en la ciudad de Manta, 2008 y 2011, y en ella participan las grandes marcas industrializadoras o comercializadoras de la bebida, asociadas a pequeños y medianos productores, especialmente de Manabí y Loja, quienes reciben los premios bajo el examen exhaustivo de un jurado internacional provenientes de países con tradición cafetalera como Colombia, Brasil o Costa Rica.

Con olor a café, es un festival denominado así y que anualmente organiza el Gobierno Provincial de Manabí, en junio por el mes del manabismo. El evento lleva dos ediciones, 2014 y 2015 y se realiza en la zona sur de Manabí, tradicionalmente cafetalera. A decir de la entidad organizadora, el objetivo es promover las competencias productivas de la zona alrededor del producto emblemático como lo es el café, siendo el punto central del festival mostrar el proceso de tostar, moler y filtrar el tradicional café “pasado” manabita. La exposición la protagonizan decenas de medianos y pequeños productores independientes y asociados en cooperativas cafetaleras.

La primera edición realizada en Jipijapa tuvo la participación de más de 60 expositores mientras que la segunda efectuada en el cantón Paján acogió a 70 productores, no solo de café sino de otros rubros.

Soy de Manabí, es un festival que promueve el rescate de la identidad y tradiciones de la provincia, que desde el 2010 se cumple periódicamente en el último domingo de junio en el parque forestal de Portoviejo.

El evento pone énfasis en los modos tradicionales de producción y convivencia de los manabitas, especialmente en la muestra de su gastronomía ancestral. Dentro de este rubro es frecuente la participación de pequeños productores de Paján y

Jipijapa que exponen el proceso artesanal del café “pasado” y promueven su degustación entre los asistentes.

Luis Sánchez, es uno de los productores cafetaleros independientes que ha asistido a las convocatorias de los eventos del Gobierno Provincial de Manabí. Él sostiene que no hay que dejar morir las tradiciones, entre ellas las del café artesanal y que una taza de café “pasado” para el habitante de la región, significa empezar cada día sintiéndose manabita. (L. Sánchez, comunicación personal, 14 de junio de 2015).

Circuito del Café: Proyecto de turismo comunitario impulsado desde junio del 2015 por el Gobierno Provincial de Manabí y el GAD-Jipijapa y que en su primera etapa, abarca 9 kilómetros desde la población de Chade hasta Pisloy con paradas degustativas y fincas demostrativas (Revista Manabí, unida y productiva, p. 20, junio 2015).

Paseo del Café: proyecto promovido por el GAD-Manta. Comprende un paseo peatonal entre los edificios de Correos del Ecuador y de la Empresa Pública Aguas de Manta, EPAM. El proyecto se construye desde marzo del 2015 y prevé espacios para la degustación de café y exposición histórica del café y su producción ancestral, según Analía Navarrete, Directora del Departamento de Cultura del Municipio. (A. Navarrete, comunicación personal, 19 de marzo de 2015)

Café Bolívar, es un producto artesanal que parte de la iniciativa del montuvio jipijapense Bolívar Vidal Mendoza, quien desde el 2002, ante el desempleo, emprendió el rescate del café tostado, molido y “pasado” para comercializarlo en las principales ciudades de Manabí. (B. Mendoza, comunicación personal, 11 de marzo de 2015)

Sin embargo dicha iniciativa no correspondió a una simple venta de subsistencia sino que se constituyó en el tiempo en una “simbología” antropológica, cultural, y gastronómica, que ha merecido la amplia atención y respaldo de entidades oficiales como el Gobierno Provincial de Manabí, Casa de la Cultura Ecuatoriana, núcleo Manabí; Instituto Nacional de Patrimonio Cultural; Anecafé; Ministerio de Turismo del Ecuador, Gad’s de Portoviejo, Manta, Jipijapa, Guayaquil, Loja, que lo han invitado a ser parte de importantes exposiciones sobre producción, cultura o turismo.

Bolívar Mendoza es un invitado permanente a eventos y ferias para exponer la cultura del café artesanal y su producción en Manabí. El gran salto a nivel nacional lo dio en el 2007 en la Feria Internacional de Turismo, FITE, a la que asistió como parte del stand del Gobierno Provincial de Manabí. A partir de esa experiencia llegaron otras oportunidades.

Con el producto artesanal Café “Bolívar”, Bolívar Mendoza ha sido animador recurrente del evento Taza Dorada, en cuyas

ediciones del 2008 y 2015 fue invitado por Anecafé para compartir charlas de caficultura y su experiencia de emprendimiento.

La propia Asociación Nacional de Exportadores de Café auspició su participación en la versión 2012 del evento Aromas del Ecuador. Antes el Ministerio de Turismo convocó a Bolívar Mendoza a ser parte de la Feria “Unidos por el Turismo”, desarrollado en Quito el 2010. Representó parte de la oferta turística de Manabí con el respaldo del gobierno provincial.

Al interior de la provincia, Café “Bolívar” es un permanente animador de los festivales “Soy de Manabí” y “Con olor a café”.

De manera particular mantiene una muestra permanente del proceso y degustación del café artesanal “Bolívar” los días, martes y miércoles en los bajos del Banco de Fomento de Portoviejo; jueves y viernes en Manta, al pie del Palacio Municipal; y los fines de semana en el Terminal Terrestre de Jipijapa.

No solo Bolívar Vidal Mendoza, comparte la preocupación de recuperar y mantener vigente el saber ancestral del café artesanal. En el sitio La América hay una importante Asociación agropecuaria denominada “27 de Junio”, cuyo Presidente, Pascual Castillo Piguave, da cuenta de que los asociados han obtenido el apoyo gubernamental para montar una infraestructura que les permite pilar, tostar y moler café de manera semi artesanal, envasando dos

presentaciones del producto en fundas aluminadas que sirven para el mercado interno y para atender algunos pedidos de fuera de la provincia, incluso del país. (P. Castillo, comunicación personal, 19 de septiembre de 2015).

Mediante entrevista afirma que requieren obtener el respectivo registro sanitario para ampliar el escaso mercado actual, pues prácticamente los caficultores asociados constituyen una microempresa que requiere fortalecerse.

En síntesis, se pueden identificar cinco pilares fundamentales que ameritan ser registrados como argumentos de intraculturalidad que construyan el discurso del reconocimiento y recuperación del saber ancestral del café artesanal como parte viva de la identidad del manabita:

- **Manabí, como provincia cafetalera histórica**
- **La práctica de la caficultura en casi todo el territorio manabita**
- **La influencia del café en el desarrollo de las principales urbes manabitas.**
- **La huella cultural del café en base a los saberes desarrollados alrededor de su producción.**
- **Los actuales esfuerzos públicos y privados por recuperar su influencia económica, social y cultural.**

En todo caso la lógica que promueva el diálogo al interior de Manabí, mediante este discurso intracultural debe considerar la concepción estructural y simbólica de cultura, basada en las significaciones y simbolismos que son asignados y compartidos por una sociedad o colectivo y que bien pueden provenir de los contextos donde se originan esos mencionados cinco pilares; haciendo que dicha comunicación cultural abarque a todas las generaciones posibles, con mayor énfasis a los que no nacieron con el boom cafetalero.

En esto es importante citar a Rizo y Romeu (2008) que en sus aproximaciones conceptuales de cultura y comunicación, rescatan la concepción de Tomás Bodlye de que la cultura es un aprendizaje transmitido de generación en generación, y afirman que no es necesario nacer con una determinada cultura para adquirirla sino aprender sus significados compartidos para poseer una identidad perteneciendo a ella.

Las socializaciones de esos significados pueden ser mediados en primera instancia por la familia, la escuela, la religión o los medios que faciliten su compartición, adquisición y aprendizaje.

4.2. Fundamentación para el análisis semiótico del Café Artesanal “Bolívar”

Es importante ratificar y dejar sentado que el presente trabajo es esencialmente un análisis teórico para corroborar o no, niveles de pertinencia del objeto de estudio como constructo semiótico o signo comunicante de intraculturalidad. Por tanto dicha pertinencia se asume como **A correspondiente a B**, es decir que el café artesanal “Bolívar” corresponde (o no) a un signo conducente a una expresión de intracultura.

En ningún momento se asume el objeto de estudio como un producto de influencia o de impacto mercantil, a lo cual este estudio no está destinado.

Hecha la precisión el análisis se fundamentará en las teorías de la semiótica más representativas:

<i>Semiósfera</i>	-	Iuri Lotman
<i>El signo triádico</i>	-	Charles S. Peirce
<i>Semiótica de la cultura</i>	-	Umberto Eco

Así mismo se aplicarán tres dimensiones de análisis semiótico, claramente definidas:

Dimensión social: relacionada con las **estructuras culturales**

Dimensión icónica: relacionada con las **imágenes**

Dimensión interpretativa: relacionada con los **códigos**

Finalmente, el análisis teórico se apoyará en aportaciones de personas autorizadas en los ámbitos de producción cafetalera artesanal, identidad cultural y gestión de la comunicación.

En los apartados siguientes se esquematiza la aplicación teórica, las dimensiones, aportaciones y el abordaje de los elementos de análisis. Los resultados serán presentados en el capítulo correspondiente a Descripción y análisis de resultados.

4.2.1. Semiósfera del “café pasado” en Manabí, desde la teoría de Iuri Lotman.

AUTOR	APLICACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN SEMIÓTICA	APORTACIONES		ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Iuri Lotman (1922-1993)	-Semiósfera: -Diálogo, -Desemantización – Semantización Textos: -De segundo orden; rituales ceremonias. -De tercer orden; artísticos	Dimensión Social	Caficultura	Pascual Castillo Piguave, Luis Sánchez Sánchez, Fabián Mendoza Marcillo, Severo Lucas, Isauro Intriago Basurto,	-Caficultura en Manabí -Identidad cultural - Consumo y Producción artesanal del café molido, tostado y “pasado”
			Café e Identidad Cultural	Patricia Alvarez, Eduardo Cedeño Vera, Alberto Miranda Vélez, Alexandra Cevallos C., Ramiro Molina Cedeño, Renán Alava Castro, Julio Villacreses Guillem, Gloria Sabando García, Ma. Fernanda Buzzeta, Fernando Calle Martínez, Celia López García, Betty Solórzano Z., Sixta Zambrano Stacio,	

4.2.2. Café artesanal “Bolívar”, caracterización histórico-sigñica desde su retórica visual

AUTOR	APLICACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN SEMIÓTICA	APORTACIONES	ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Umberto Eco (1932-2016)	Semiología de los mensajes visuales: Percepción y representación visual	Dimensión Icónica	Bolívar Vidal Mendoza- PROMOTOR CAFÉ “BOLÍVAR” Camilo Andrade Vera CREADOR LÍNEA GRÁFICA CAFÉ “BOLÍVAR”	Retórica visual del constructo café Bolívar

4.2.3. Café “Bolívar” como objeto y como signo

AUTOR	APLICACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN SEMIÓTICA	APORTACIONES	ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Charles S. Peirce (1839-1914)	Signo y Objeto: -Representamen -Objeto -Interpretante	Dimensión Interpretativa	Roxana Gutiérrez COORDINADORA CAFÉ “BOLÍVAR” Johnny Cañarte Castillo EX – ALCALDE DE JIPIJAPA, Genaro Nieto HISTORIADOR DE JIPIJAPA Ramiro Molina C. - HISTORIADOR DE PORTOVIEJO Geovanny Ponce DISEÑADOR DPTO. COMUNICACIÓN GAD-MANABI -Douglas Vaca Vera – PROMOTOR DEL MANABITISMO -Santos Miranda Rojas ESCRITOR Raymundo Zambrano ACTOR E INTERPRETE DEL MONTUVIO	Café artesanal “Bolívar” como signo y como objeto -Recreación de Café artesanal “Bolívar” en Portoviejo, Manta y Jipijapa, en espacios públicos, 2014.

4.2.4. Estudio semiótico de Café “Bolívar” desde la triada de Peirce

AUTOR	APLICACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN SEMIÓTICA	APORTACIONES	ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Charles S. Peirce (1839-1914)	<p>Segunda Tricotomía del signo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ícono -Índice -Símbolo 	Dimensión Interpretativa	<p>Ivo Uquillas ESCULTOR y GESTOR CULTURAL</p> <p>Vielka Navia Loor MUSEO CANCEBI</p> <p>Eumeny Alava MONTUVIO Y GESTOR CULTURAL</p> <p>Geovanny Ponce DISEÑADOR DPTO. COMUNICACIÓN GPM</p> <p>Ma. Fernanda Yanchapaxi COORDINADORA SABERES ANCESTRALES – SENESCYT</p> <p>Lucía Chiriboga Vega DIRECTORA EJECUTIVA INPC</p> <p>Karina Arteaga Muñoz DIRECTORA INPC – Región4</p> <p>Wilmer Limongi Morales COMUNICADOR MINISTERIO DE TURISMO ZONA4</p> <p>Xavier Valencia COORDINADOR ZONAL4 MAGAP</p> <p>Jarys Del Valle TECNICO MAGAP ZONA4</p>	-Café artesanal “Bolívar” como Ícono, índice y Símbolo.

4.2.5. El discurso promocional de la identidad de Manabí asociado a la marca “Café Bolívar”

AUTOR	APLICACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN SEMIÓTICA	APORTACIONES		ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Charles S. Peirce	Interpretantes y Abducción	Dimensión Interpretativa	Funcionarios GPM	Xavier Romero, Iván Alarcón, Geovanny Ponce, Ma. De los Ángeles Gómez, Sara Fernández C,	<p>-Identidad de Manabí desde perspectiva Gobierno Provincial de Manabí y de los GAD de Portoviejo, Manta y Jipijapa (áreas de Turismo, Comunicación, y Cultura) y en su vinculación con el objeto de estudio.</p> <p>Piezas promocionales oficiales que aluden al café y a Café “Bolívar”:</p> <p>Recreación café artesanal Café “Bolívar”</p> <p>Banner corporativo: Café “Bolívar”</p> <p>Afiche: Ven a Manabí, te espero</p> <p>Vallas: Manabí es todo, ubicadas en Jipijapa y Paján.</p> <p>Video: GAD-Manta. De 0:04:46 a 0:04:56</p> <p>Video “Ven a Manabí, te espero” 0:05:11 a 0:05:22 y de 0:07:35 a 0:07:36</p>
Umberto Eco	Unidad cultural	Dimensión social	Funcionarios GAD-Manta	Byron Galarza Aráuz, Eva Moreta Delgado, Andrea Zambrano, Katty Sabando, Analía Navarrete, Mariana García Mero,	
			Funcionarios GAD-Portoviejo	Danny Zambrano, Sara Fernández C, Venancio Larrea Mendoza,	
			Funcionarios GAD-Jipijapa	Jacqueline Delgado Riofrío, Maribel Velásquez Nieto,	

4.2.6. Operatividad de Café “Bolívar” como signo de comunicación intracultural manabita (Potenciales sentidos de relacionamiento o de conflictos de significación)

AUTOR	APLICACIÓN TEÓRICA	DIMENSIÓN SEMIÓTICA	APORTACIONES	ELEMENTOS DE ANÁLISIS
Todos los considerados en el análisis precedente	Principios semióticos esenciales	Social, Icónica, Interpretativa	Colofón del análisis	Posibles sentidos o conflictos de significación de café “Bolívar” como signo de comunicación Intracultural.

2.4. Fundamento legal

Hablar de signos, comunicación, intracultura, y más aún investigar sus alcances dentro de un contexto específico como Manabí, donde cohabitan manifestaciones que apuntan a una identidad colectiva; es detenerse también a verificar los basamentos jurídicos que desde la oficialidad constitucional e institucional apuntalan los propósitos identitarios de la recuperación y transmisión de saberes y su potencial como argumento dialógico que desemboque en la interculturalidad o la interacción con otras culturas a partir del adecuado reconocimiento y afirmación, de “lo manabita”, en este caso a través del tueste y molido artesanal del café y su expresión como saber ancestral dentro de una identidad cultural (intracultura).

Es muy importante entonces referir cuerpos y citas legales como lo establecido en la Constitución de la República, vigente desde el 2008, que señala en el Art. 385: *El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:*

- *Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.*
- ***Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.***

- *Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.*

Precepto que se complementa con lo establecido en el Art. 386 de la misma Constitución que anota: *“El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, **en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales.**”*

Por otro lado, el Plan Nacional del Buen Vivir, en su objetivo 5, establece: *“Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad”*; como compromiso del estado promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. Este objetivo interpreta que *la construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere una **constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las***

memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.

A tono con dichas normas la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, impulsa el Proyecto Nacional de Diálogo de Saberes. El trabajo de la Coordinación de Saberes Ancestrales de la SENESCYT, se basa en el enfoque de Diálogo de Saberes que comprende tres distintos niveles: a) transversalización de la interculturalidad; b) promoción de la multidisciplinariedad en la investigación y la educación superior; y **c) revitalización, promoción y protección de los conocimientos tradicionales.**

También la Ley Orgánica de Educación Intercultural, en el capítulo único de ámbitos, principios y fines establece en el literal z). el principio de la Interculturalidad y plurinacionalidad que señala que: *La interculturalidad y plurinacionalidad garantizan a los actores del Sistema el conocimiento, el reconocimiento, el respeto, la valoración, **la recreación de las diferentes nacionalidades, culturas y pueblos que conforman el Ecuador y el mundo; así como sus saberes ancestrales, propugnando la unidad en la diversidad, propiciando el diálogo intercultural e intracultural, y propendiendo a la valoración de las formas y usos de las diferentes culturas que sean consonantes con los derechos humanos.***

Finalmente por considerar la presente investigación el rol que cumplen entidades oficiales como el gobierno provincial y gobiernos descentralizados de Portoviejo, Manta y Jipijapa; en la circulación, difusión o en el aporte oficial o extraoficial al constructo del café artesanal “Bolívar” como signo de “lo manabita”, es importante rescatar lo establecido en los artículos 2 y 4 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, COOTAD, que rige para todos los gobiernos autónomos descentralizados del país, y que son relativos a los objetivos y fines de los GAD’s, y que puntualmente señalan:

Artículo 2.- Objetivos. - Son objetivos del presente Código:

e) La afirmación del carácter intercultural y plurinacional del Estado ecuatoriano;

Artículo 4.- Fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

*e) La protección y **promoción de la diversidad cultural** y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural.*

Aquello se complementa con el artículo 135 sobre Ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias que en su parte pertinente dispone a los GAD’S regionales, provinciales, y parroquiales rurales el *desarrollo del conocimiento y*

preservación de los saberes ancestrales orientados a la producción y la valorización del patrimonio cultural y natural como fuente de valor.

En atención al mismo marco, la presente investigación hace foco también en los procesos estratégicos del Gobierno Provincial de Manabí alineados con la COOTAD y relativos al fomento de la difusión y preservación de los saberes ancestrales.

2.5. Hipótesis

El proceso artesanal y el simbolismo del café “Bolívar” generan significados pertinentes que permiten comunicar el tueste y molido del grano y el consumo de café “pasado”, como expresión de intracultura en Manabí.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

Este proyecto investigativo asume el Paradigma Interpretativa en tanto persigue el estudio de significancias y en cuanto pretende interpretar significados y percepciones potencialmente sujetas a interrelaciones de identidad bajo teorías de la semiótica, apoyadas en datos cualitativos, entrevistas a profundidad y análisis de un posible mensaje intracultural, motivado por el simbolismo.

3.1. Tipo de Investigación

De acuerdo a su carácter, la presente investigación es CUALITATIVA (Del Río 2011), pues busca descubrir el sentido y los significados derivados de un hecho preciso: el café artesanal “Bolívar” como signo concreto portador de un mensaje intracultural. En otras palabras, es la búsqueda de una realidad mediante un proceso de interpretación (Mejía y Sandoval, 1998). Entendiéndose que la interpretación es enteramente cualitativa (semiótica) y el análisis no se focaliza a una realidad numérica.

Por su nivel de profundidad esta investigación también es EXPLICATIVA, de acuerdo a Del Río (2011), es decir no solo pretende observar semióticamente la pertinencia del café artesanal “Bolívar” como signo, sino estudiar las relaciones y la influencia mnter’putua de

estas variables; comprender su estructura y explicar su dinámica para operar como comunicador de intraculturalidad.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

- a) **Características:** Personas y entidades de la provincia de Manabí, vinculados a la producción artesanal de café y a su promoción y gestión como producto identitario y cultural.
- b) **Lugar de la población:** cantones Jipijapa, Portoviejo y Manta de la provincia de Manabí.
- c) **Periodo de estudio: 2013 a 2014** (con un breve alcance al 2015)
- d) **Marco muestral:** está conformado por las siguientes Unidades de Análisis:
 - Marca-objeto de estudio: Café artesanal “Bolívar”
 - Opiniones o teorías de estudiosos de la identidad manabita y afines
 - Opiniones de personas promotores de la producción y consumo de café artesanal como producto identitario de Manabí
 - Opiniones de gestores culturales frente al consumo de café artesanal como cultura ancestral manabita.
 - GAD's y otros entes oficiales de la provincia que impulsan directa o indirectamente la promoción del café artesanal

“Bolívar” y otras manifestaciones de la producción y cultura ancestral manabita.

3.2.2. Muestra

- a) **Tipo de muestra:** La muestra a seleccionar para el estudio es de **tipo no probabilístico e intencional**, en el cual, como lo menciona Tamayo y Tamayo (2004), “el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos...” Dentro de este tipo de muestreo intencional se enfatizará en el subtipo de informantes estratégicos, que plantea Miguel Valles (1999), como una muestra que es más bien ilustrativa de la población de estudio y por tanto escogida en base al conocimiento de las características que requiere la muestra, conforme al objeto de estudio.

Se consideran dos tipos muestrales:

Piezas de comunicación: Alusivas al objeto de investigación Café artesanal “Bolívar” e insertas en el periodo de investigación 2013-2014

Informantes estratégicos: personas conocedoras de las temáticas vinculantes al proceso de investigación y al objeto de estudio.

- b) **Tamaño de la muestra:** al utilizar un muestreo no probabilístico e intencional, se ha considerado el siguiente tamaño muestral.

Respecto a las piezas comunicacionales:

No.	TIPO	AÑO	MEDIO
1	VIDEO INSTITUCIONAL “Manta, tu mejor socio estratégico”	2013	Canal You Tube GAD-Manta
2	VIDEO: Campaña “Ven a Manabí, te espero”	2013	Video Institucional
3	AFICHE: Manabí tierra de oportunidades	2013	Redes sociales del GPM
4	BANNER: Corporativo de café “Bolívar”	2014	Vía Pública
5	RECREACIÓN ESCÉNICA del constructo “Café Bolívar”	2014 (<i>alcance 2015</i>)	Vía Pública
6	VALLAS: “Manabí es todo”, ubicadas en la vía Sancán-Jipijapa y vía Guanábano-La Cadena	2014 (<i>alcance 2015</i>)	Vía pública
Total piezas de la muestra: SEIS			

Respecto a las unidades de análisis e informantes estratégicos:

Unidad de Análisis	Informante estratégico	Rol/posición	Localización	Sub-muestra	
Objeto de estudio: Café "Bolívar"	Bolívar Vidal Mendoza Tobar	Promotor	JIIJAPA	3	
	Camilo Andrade Vera	Diseñador línea gráfica	PORTOVIEJO		
	Roxana Gutiérrez	Coord. Café "Bolívar"	JIIJAPA		
Opiniones y teorías de estudiosos de la identidad manabita y afines	Ramiro Molina Cedeño	Historiador	PORTOVIEJO	8	
	Genaro Nieto	Historiador	JIIJAPA		
	Isauro Intriago Basurto	Campesino historiador	PORTOVIEJO		
	Raymundo Zambrano	Actor costumbrista	MANTA		
	Ivo Uquillas	Escultor y asesor cultural	PORTOVIEJO		
	Douglas Vacas Vera	Promotor manabitismo	PORTOVIEJO		
	Valentina Martínez	Antropóloga de Florida Atlantic University	MANABI*		
Promotores de la producción y consumo de café artesanal como producto identitario de Manabí	Jhonny Cañarte	Empresario y ex Alcalde de Jijjapa.	JIIJAPA	9	
	Sixta Zambrano Stacio	Emprendedora del café y caficultora	SAN VICENTE		
	Pascual Castillo Piguave	Caficultor	JIIJAPA		
	Luis Sánchez	Caficultor	JIIJAPA		
	Bolívar Mendoza Marcillo	Caficultor	JIIJAPA		
	Severo Lucas Q.	Caficultor retirado			
	Fernando Calle Martínez	Emprendedor del café	JIIJAPA		
	Celia López García	Emprendedora del café	PORTOVIEJO		
Opiniones de gestores culturales frente al consumo de café artesanal como cultura ancestral manabita.	Eduardo Cedeño Vera	Gestor Cultural	PORTOVIEJO	8	
	Alberto Miranda Vélez	Gestor Cultural	PORTOVIEJO		
	Alexandra Cevallos C.	Gestora Cultural	PORTOVIEJO		
	Eumeny Alava Párraga	Gestor Cultural	PORTOVIEJO		
	Renán Alava Castro	Gestor Cultural	PORTOVIEJO		
	Julio Villacreses Guillem	Gestor Cultural	PORTOVIEJO		
	Gloria Sabando García	Gestora Cultural	PORTOVIEJO		
	Santos Miranda Rojas	Gestor Cultural	MANTA		
GAD's y otros entes oficiales que impulsan directa o indirectamente la promo-	GAD Manabí	Xavier Romero	Director de Comunicación	PORTOVIEJO	4
		Iván Alarcón	Analista de Comunicación	PORTOVIEJO	
		Geovanny Ponce	Diseñador Gráfico	PORTOVIEJO	
		Ma. De los Ángeles Gómez	Dirección de Gestión Ambiental, Turismo y Riego	PORTOVIEJO	

ción del café artesanal "Bolivar" y otras manifes- taciones de la produ- cción y cultura ancestral					
	GAD Jipijapa	Jacqueline Delgado Riofrío	Jefa de Educación y Cultura	JIPIJAPA	2
		Maribel Velásquez Nieto	Técnica de Turismo	JIPIJAPA	
	GAD Portoviejo	Danny Zambrano	Director de Comunicación	PORTOVIEJO	3
		Sara Fernández Cedeño	Directora de Turismo	PORTOVIEJO	
		Venancio Larrea Mendoza	Director de Educación y Cultura	PORTOVIEJO	
	GAD Manta	Byron Galarza Aráuz	Director de Comunicación	MANTA	6
		Eva Moreta Delgado	Publicista	MANTA	
		Andrea Zambrano	Directora de Turismo	MANTA	
		Katty Sabando	Técnica de Turismo	MANTA	
		Analía Navarrete	Directora de Gestión Cultural y Patrimonio	MANTA	
	INPC	Mariana García Mero	Técnica Gestión Cultural	MANTA	2
		Lucía Chiriboga Vega	Directora Ejecutiva	MANABI*	
	MAGAP	Karina Arteaga Muñoz	Coordinadora zonal 4	PORTOVIEJO	2
		Xavier Valencia Zambrano	Coordinador zonal 4	PORTOVIEJO	
	Museos	Jarys Del Valle Moreira	Técnico de Campo	PORTOVIEJO	2
		Vielka Navia Loor	Directora Museo Etnográfico "Cancebí"	MANTA	
	Otros	Patricia Álvarez Vera	Administradora Museo Histórico Portoviejo	PORTOVIEJO	2
		Wilmer Limongi Morales	Comunicador Minturismo Zona4	PORTOVIEJO	
		Ma. Fernanda Yanchapaxi	Senescyt	MANABI*	2
TOTAL DE LA MUESTRA				51	

* De visita en Manabí

3.3. Técnicas de Investigación

a) Análisis semiótico

En el tratado *“La investigación en comunicación métodos y técnicas en la era digital”* (Vilches, 2011), se determina la factibilidad y la aplicación del análisis semiótico como una técnica propia de las investigaciones sociales, dentro de las cuales se inscribe el presente estudio.

Para el caso de la presente investigación, se aplica la técnica del análisis semiótico:

Consiste en detectar, en base a preceptos teóricos de Iuri Lotman, Umberto Eco y Charles S. Peirce, los significantes y significados implícitos en el objeto de estudio: Café artesanal “Bolívar”, identificando el sentido que genera dentro del contexto de la cultura de la producción y consumo de café artesanal manabita, en que circula su constructo. Finalmente se valida el mensaje que configura a partir de dicho contexto.

Se evalúa la operatividad del objeto de estudio como signo y la socio semiosis que produce a través de las formas de ícono, índice y símbolo con las que pretende comunicar lo que representa intraculturalmente. Todo aquello, teniendo como teoría principal, la concepción triádica del signo de Charles Sanders Peirce.

b) Entrevistas

Dado el carácter de este estudio, se aplicó la **entrevista cualitativa: íntima, flexible y abierta** (Hernández, Fernández, Baptista, 2006) con un formato semiestructurado que comprende:

-Un cuestionario de preguntas centrales que admiten la posibilidad de ser fortalecidas con nuevas preguntas o acotaciones relevantes de los entrevistados.

- Se consideró también la aplicación de una entrevista estructurada, para el caso de funcionarios de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) de la provincia que de alguna manera se relacionan con la promoción del café como expresión productiva y cultural a través de la recreación de su proceso artesanal ejecutada por Bolívar Mendoza Tobar.

c) Observación complementaria

Se aplicó la observación activa para obtener otros datos contrastables con los obtenidos de las entrevistas y del análisis semiótico. Básicamente se hizo una observación muy complementaria y exploratoria del objeto de estudio dentro del contexto en que se recrea como signo; considerando los elementos recurrentes utilizados en sus exposiciones públicas: Producto, personaje, molino, ambientación gráfico-visual, entre otros aspectos.

3.4. Operacionalización de las variables

3.4.1. Variable independiente: Análisis semiótico del café artesanal

“Bolívar”

Definición Conceptual	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas, instrumentos
<i>Conceptúese como:</i> Análisis teórico que evalúa las propiedades signícas del Café artesanal “Bolívar”	Teoría	-Teorías -Sistemas -Conceptos	¿A qué corrientes teóricas, conceptuales, puede someterse el café artesanal “Bolívar” para su análisis semiótico?	Análisis semiótico del objeto de estudio, contextualización interpretativa, fichas bibliográficas.
	Propiedades signícas	-Sentido -Estructura -Modelo	¿Qué significados y que significantes materializa Café “Bolívar” como constructo de simbolismos?	Entrevistas a expertos en identidad manabita; Entrevistas a su promotor
	Café “Bolívar”	-Café artesanal -Producción - Emprendimiento -Identidad cultural	¿Cómo se procesa el café artesanal? ¿Cómo se promueve Café “Bolívar” como un producto cultural de Manabí?	Observación de la puesta en escena que recrea el constructo café “Bolívar”.

3.4.2. Variable dependiente: Pertinencia (del café artesanal “Bolívar”) como signo de comunicación intracultural en Manabí

Definición Conceptual	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas, instrumentos
<i>Conceptúese como:</i> Efecto que genera la operatividad de café artesanal “Bolívar” como signo.	Efectos	-Relacionales -Identitarios -Culturales - Comunicacionales	¿Qué relaciones identitarias o culturales configura o comunica el signo café “Bolívar”?	Entrevistas a gestores culturales que trabajan sobre los elementos identitarios de Manabí; a funcionarios de organismos oficiales que directa o indirectamente promueven el café artesanal y a café “Bolívar” como un emprendimiento identitario de Manabí.
	Operatividad	-Semiosis -Ícono -Índice -Símbolo		Análisis de los significados implícitos en la recreación del signo Café artesanal “Bolívar” materializados en productos gráficos, fotográfico, audiovisual e impreso, relacionados con el objeto de estudio e insertos en el periodo de investigación
	Signo Café “Bolívar”	-Significantes -Significados -Objeto - Representante -Interpretante		Observación de la puesta en escena que recrea el constructo café “Bolívar” y la interacción con sus elementos de sujetos participantes. Entrevista al creador de su línea gráfica.

3.5. Recolección y tabulación de la Información

- a) **Del análisis semiótico:** se recopiló bibliografía científica orientada al análisis semiótico especialmente la relacionada con las teorías de Ch. S. Peirce, I. Lotman y U. Eco, así como con el objeto de estudio. Se hizo un registro electrónico clasificando los textos y fuentes bibliográficas alternativas.

Paralelamente se recopiló y se generó material gráfico, fotográfico, audiovisual e impreso, relacionados con el objeto de estudio e insertos en el periodo de investigación (2013-2014) con un alcance al primer trimestre del 2015, lo que permitió materializar el análisis de los significados implícitos en el signo Café artesanal “Bolívar” y evaluar la socio semiosis generada por el ícono, el índice o el símbolo que se representan en su constructo y se concretan en su connotación.

- b) **De las entrevistas:** la recolección de datos se hizo aplicando un cuestionario en dos versiones:

Entrevista a “Expertos” o “conocedores”: aplicada en formato semiestructurado, a aquellas personas de reconocida trayectoria en el estudio o gestión de: identidad manabita desde lo histórico, cultural y artístico; producción y consumo artesanal del café; costumbres y conocimientos ligados al café artesanal y a su potencial cualificación como saber ancestral.

Entrevista a “Responsables”: aplicada en formato estructurado a funcionarios de los GAD’S de Manabí, Portoviejo, Manta y Jipijapa, con cargos relacionados directa e indirectamente en la promoción del objeto de estudio o en la gestión y promoción de otras manifestaciones productivas y culturales vinculantes.

En cuanto al cuestionario semiestructurado, la recolección de datos se hizo personalmente, cuyas preguntas, alcances, acotaciones y repuestas en sí, fueron absueltas por el entrevistado mediante grabación de audio.

Respecto a las entrevistas estructuradas también se aplicaron de manera personal, dándose también la posibilidad de que las respuestas asentadas por escrito, tuvieran algún alcance mediante grabación de audio.

El procesamiento estadístico inferencial de las entrevistas se hizo en base a la acumulación o tendencias de respuestas u opiniones conforme a las preguntas, repreguntas y a las acotaciones o alcances realizados por los entrevistados. Se estimó la frecuencia de los atributos implícitos en las preguntas y respuestas en función del tamaño de la muestra integrada por los entrevistados.

- c) **De las observaciones:** Se aplicó observaciones in situ en los espacios y entornos recreativos del objeto de estudio: Café

“Bolívar” y que ya están establecidos permanentemente por su promotor en los siguientes cantones:

JIPIJAPA: Terminal Terrestre Xipixapa

PORTOVIEJO: Exteriores del Banco Nacional de Fomento

MANTA: Bajos del edificio de la Municipalidad del cantón

El registro de las observaciones se hizo mediante registro fotográfico y aplicación de una matriz (ver en anexos).

Considerando entre otros aspectos:

- Tiempo de la observación
- Elementos utilizados por el objeto de estudio en su puesta en escena pública.
- Vestimenta e interacción del promotor del objeto de estudio con sus elementos y con los sujetos que mostraron un interés particular en la recreación del objeto de estudio.

La observación y proceso estadístico de los datos obtenidos de ella no respondieron a una muestra pre establecida ni al recogimiento de impresiones, sino fundamentalmente a la verificación de los elementos aplicados en la recreación y exposición pública del objeto de estudio.

CAPÍTULO IV

4. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Descripción y análisis de los resultados

DE LA SEMIÓSFERA DEL “CAFÉ PASADO” EN MANABÍ

ENTREVISTAS

Objetivo:	Recopilar visiones, ideas e información respecto al contexto productivo y cultural del café artesanalmente tostado, molido y “pasado” en Manabí.
Entrevistas aplicadas:	18 entrevistas semi estructuradas. Aplicadas a caficultores, gestores culturales y emprendedores ligados al café. Todos integrantes de la muestra.
Preguntas centrales:	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Considera usted que tostar, moler y filtrar café artesanalmente es una costumbre ancestral propia de Manabí? • ¿Conoce usted en qué momento de la producción cafetalera se procedía al tueste, molido y filtrado del café? • ¿Qué elementos e instrumentos intervenían en la obtención artesanal del “café pasado”

Codificación de las respuestas:

¿Considera usted que tostar, moler y filtrar café artesanalmente es una costumbre ancestral propia de Manabí?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, parte de la tradición familiar y de práctica cotidiana muy propia del manabita.	9	50%
2	Sí, es parte de nuestra cultura	7	39%
3	No, lo fue en su momento	2	11%

¿Conoce usted en qué momento de la producción cafetalera se procedía al tueste, molido y filtrado del café?			
No.	Categoría	f	%
1	Durante la cosecha	8	44%
2	Después de la cosecha	7	39%
3	En cualquier momento del año	3	17%

¿Qué elementos e instrumentos intervenían en la obtención artesanal del "café pasado"?			
No.	Categoría	f	%
1	Comal, cucharón de palo, molino de metal, filtro de aluminio	8	44,5%
2	Comal, molino de metal, filtro de aluminio, botella de vidrio para recoger la esencia.	4	22,2%
3	Pilón, comal, molino de metal, y filtro de aluminio	4	22,2%
4	Otros (horno de leña, azúcar, colador de mate, pomos de almacenamiento)	2	11,1%

Resultado de las aportaciones de los entrevistados:

La categoría de las respuestas de los entrevistados, identifican en términos globales, el **tostar, moler y filtrar artesanalmente el café para obtener su esencia**, como una **costumbre ancestral de Manabí**, derivada de su tradición cafetalera del siglo anterior.

El proceso del café artesanal es de postcosecha pero su **consumo obedece** a lo que se hizo costumbre, sobre todo en las fincas cafetaleras, de **proveerse del suficiente café tostado y**

molido para acompañar desayunos, meriendas y velorios, durante la cosecha y en cualquier momento del año.

El montuvio de la zona cafetalera incorporó en el proceso elementos que se volvieron típicos como el **COMAL, CUCHARA DE MADERA O MATE, MOLINO METALICO, FILTRO DE ALUMINIO**, sin descartar el *Pilón* para el pilado del café en casa o la *botella de vidrio* para guardar la esencia extraída del café, que previamente y en algunas ocasiones, se aderezada su tueste con algo de *azúcar*, que se hacía a fuego lento en *fogón de leña*.

ANÁLISIS SEMIÓTICO

Teórico: Iuri Lotman,

Concepto central: SEMIOSFERA: Los signos solo funcionan dentro de un organismo o *continuum semiótico* denominado Semiósfera (Lotman, 1996). La semiósfera es el espacio donde habitan, conviven o interactúan los signos que pueden ser interpretados como textos portadores de información que generan semiosis sin límites. Información no heredada sino conservada y transmitida por las sociedades.

Aplicación teórica:	Semiósfera: Diálogo, desemantización, semantización Textos: de primer, segundo y tercer orden
Dimensión semiótica:	Dimensión social

Elementos de análisis:	Identidad Cultural Caficultura en Manabí Consumo y Producción artesanal del café molido, tostado y “pasado”
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Análisis e interpretación:

En su auge, la caficultura manabita estuvo influenciada por una serie de **traductores culturales** (los analistas económicos, los historiadores, los investigadores y promotores de la cultura montubia, etc.) que entendían muy bien el impacto económico del café así como la estructura social y cultural del montuvio, lo que de alguna manera facilitó que algunos “textos” de la economía de la agroexportación, se hicieran “comprensibles” para el campesino y se tradujeran en una manera casi única de producir y por tanto de depender para su supervivencia. Se produjo así, un proceso de reconstrucción del sentido de producir del montuvio que en su mayoría, pasó del cultivo de ciclo

corto al monocultivo del café, por lo menos desde 1930 hasta la última década del siglo XX (periferia dominante).

Dicha periferia dominante de la cultura de la agro exportación se contrapone al portador del modelo económico imperante desde fuera de la **semiósfera**, cuyo centro no podría ser otro que la producción cafetalera artesanal en pequeñas y medianas fincas, promovida por los sectores exportadores que al no querer arriesgar la rentabilidad dejaron que los pequeños finqueros se motivaran a reemplazar otros cultivos por el café y asumieran los costos de producción, incluso de la mano de obra abundante que demandaría el proceso.

Al interior de la semiósfera y alrededor del centro principal, se formaron **centros menores** representativos de las institucionalidades políticas, sociales, geográficas y demográficas, siendo las principales: **organismos de gobierno vinculados a la caficultura, organizaciones privadas del sector exportador y comercializador, entes crediticios** formales e informales, **poblaciones montubias, jornaleros** de campo y de ciudad.

De esta manera la **semiósfera** del cultivo artesanal del café generaría una salida importante y permanente de información en la medida que ésta pasaba del **mundo extra semiótico de la periferia** (modelo agro exportador) al patrimonio semiótico de la cafi - cultura o **centro** (cultivo y producción artesanal)

En este trayecto de acuerdo a la teoría semiótica de Iuri Lotman, habría de darse la producción de nueva información generada mediante un **diálogo de la periferia con el centro**, provocando por un lado la dessemantización del concepto “caficultura” resemantizándolo como “boom”, “cuotas”, “crisis”, “exportaciones”; por otro lado, en el centro principal se da la **semantización** (asignación de significaciones antes inexistentes) que fortalecería el carácter cultural del proceso. Ejemplo de aquello es el término *“Sultana del Café”*, acuñado en pleno auge productivo cafetalero para referirse a la zona de mayor producción del país que era Jipijapa y que en el momento incluía los territorios de 24 de mayo y Paján.

“Café pasado” fue otro término introducido al centro principal de la semiósfera para describir el producto del tostado, molido y filtrado artesanal del café hecho para el consumo doméstico en las casas de las fincas cafetaleras para acompañar los desayunos, las meriendas de los jornaleros y también de las familias de los finqueros. En ritos religiosos como funerales y velorios, también se servía el café “colado” mejor conocido como “café pasado”.

“Tomar café” como una frase cotidiana para invitar a desayunar. Típica en los hogares montubios manabitas pero que con el tiempo sería también de uso en la ciudad producto de las migraciones ciudad-campo (tiempo de abundantes cosechas) y campo-ciudad (tiempo de crisis de precios internacionales o de sequías e inundaciones).

Como sostiene Lotman los términos de la semantización que produjo el cultivo y producción artesanal del café se transmiten a otros sectores de la cultura generando nuevas clasificaciones (bebida ancestral, por ejemplo) con una propia *semiosis* que la caracteriza.

Como resultado del análisis semiótico y de las respuestas de los entrevistados, ya descritas arriba, y complementadas con información video gráfica de un documental de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, se construyó la semiótica de la caficultura y de la cultura del “Café pasado” manabita a través de la semiósfera resultante de este análisis que se grafica a continuación:

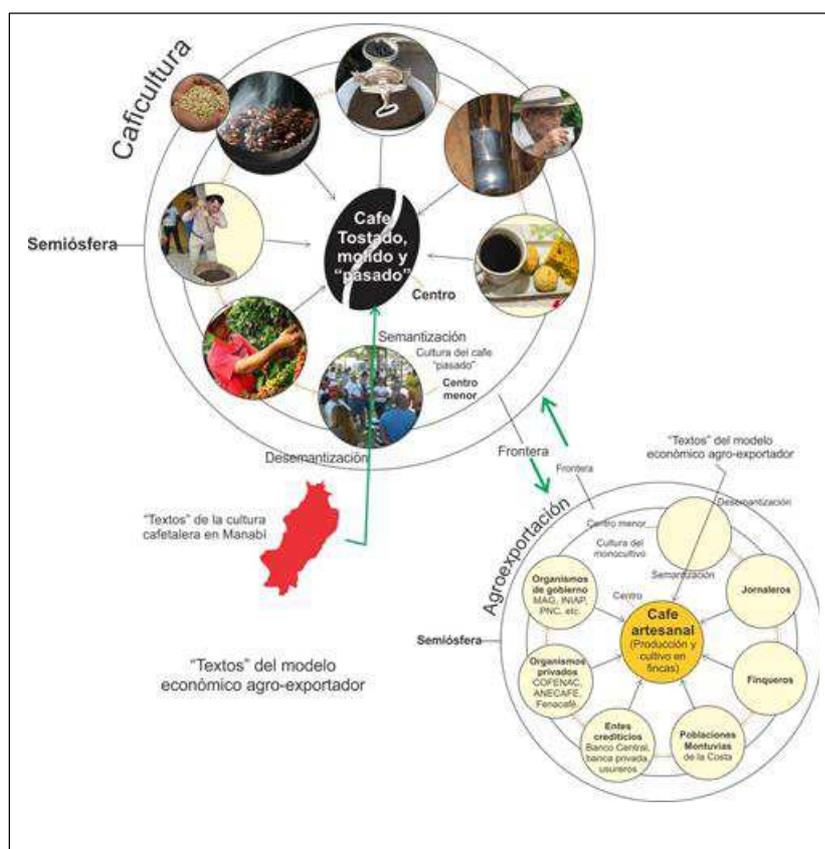


Figura 23. Semiósfera del café tostado, molido y “pasado”

Textos de la semiósfera del café “pasado”

Lotman, define en su teoría la existencia dentro del espacio semiótico, de **tres tipos de textos**:

De primer orden: generados por el **lenguaje natural**. *De segundo orden*: textos complejos de **rituales y ceremonias**. *De tercer orden*: la posibilidad de que el ritual se convierta en **obra de arte**.

La cultura del café “pasado” ha configurado un **texto-lenguaje verbal e icónico de primer orden** que refiere a las prácticas de su **producción y consumo**, por ejemplo: secar, pilar, tostar, moler, filtrar o “pasar” la esencia, tomar café “pasado” en las fincas, en la “Sultana del Café” y en otras zonas cafetaleras de Manabí; en el desayuno, en la merienda y en celebraciones religiosas de casa.

El café “pasado” **como texto complejo de segundo orden se origina en la frontera semiótica de la caficultura devenida del espacio extra-semiótico de la agroexportación y la agricultura**.

En su semiósfera, el café “pasado” constituye un tejido de textos particulares que estructuran sus rituales de producción: pilar café seco en un bunque artesanal, tostar el grano limpio en comal, horno de leña, a fuego lento, con azúcar o canela como aderezo, removiendo el grano con una cuchara de palo o de mate. Cumpliendo la molienda del grano en el viejo molino “corona” obteniendo la esencia en el pequeño filtro de aluminio o preparando el “café de olla” (mezclando buena cantidad

de café molido con agua caliente) para un mayor número de comensales.

El consumo configura otros ritos como disponer de un frasco de esencia de café “pasado” en la mesa. Preparar la taza de café a gusto para acompañar el desayuno o la merienda y en ocasiones ofrecido listo en una taza a los asistentes al velorio de la virgen o el santo o a “las noches” de un difunto.

El café “pasado” es un texto complejo que **ha marcado la pauta de una riquísima cultura culinaria en Manabí** con base en el plátano, el maní, el maíz o la yuca lo que a su vez marcó hasta ahora una cultura y estilo de vida en la forma de recrear ciertos bocados de su alimentación con una taza de café, **los tiempos de auge y de cosecha cafetalera orientaron la posibilidad de tomar café en cualquier día del año, en la vida rural o en la ciudad.**

El café “pasado” ha mostrado siempre un enorme potencial en la generación de textos artísticos o de tercer orden, para su elaboración y consumo, el montuvio manabita incorporó a su cotidianidad instrumentos de arte como el Pílon hecho del palo de un árbol o el comal hecho de barro, cuando no, el horno de leña construido con madera, ceniza y una boca de barro.

En un alcance más profundo, el rito de la elaboración y consumo de café tostado molido y “pasado” podría devenir en **danzas o**

recreaciones artísticas para promover su legado de cultura y quizá su recuperación y reconocimiento como saber ancestral.

CAFÉ ARTESANAL “BOLÍVAR”, CARACTERIZACIÓN HISTÓRICO-SÍGNICA DESDE SU RETÓRICA VISUAL

ENTREVISTAS

Objetivo:	Recopilar información que permita la caracterización del constructo café “Bolívar” con énfasis en los elementos visuales de su discurso como café artesanalmente tostado y molido.
Entrevistas aplicadas:	2 entrevistas semi estructuradas Aplicadas al PROMOTOR de CAFÉ “BOLÍVAR” y al creador de su LÍNEA GRÁFICA. Integrantes de la muestra.
Preguntas centrales:	PROMOTOR CAFÉ BOLÍVAR”

- **¿Cómo se origina su emprendimiento?**
- **¿En qué se basa la manera de mostrar su producto y mostrarse usted?**
- **¿Con qué idea o criterio usted determina los elementos e instrumentos para la exposición de su café?**
- **¿Con qué respaldo cuenta usted para promover la tradición del café tostado, molido y “pasado”?**

CREADOR DE LÍNEA GRÁFICA CAFÉ
“BOLÍVAR”

- **¿Cómo surge la idea de desarrollar una línea gráfica visual para Café “Bolívar”?**
- **¿En que se basó el desarrollo de la idea gráfica?**
- **¿Qué investigaciones se hicieron sobre identidad manabita y caficultura para determinar las formas visuales?**
- **¿Se midió las aplicaciones y resultados de la nueva imagen gráfica de Café “Bolívar”?**

Codificación de las respuestas:

Bolívar Vidal Mendoza Tobar (56 años)	
1.-	¿Cómo se origina su emprendimiento?
	<p>-Por la crisis financiera de 1999 y la debacle de los precios del café</p> <p>-Me quedé sin empleo y decidí primero vender de forma ambulante café molido por libra en el sur de Guayaquil, en el año 2000.</p> <p>-Conocía el producto y el mercado por haber trabajado desde muy joven en las Piladoras y como calificador de café de exportación. También fui intermediario</p> <p>-En el 2001 establecí un punto de venta fijo en la Terminal Terrestre de Jipijapa para vender café molido por libra y café “pasado” a los turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>-Actualmente mantengo dos puntos de venta adicionales: uno en los bajos del Banco de Fomento de Portoviejo y otro en los bajos del Municipio de Manta.</p>
2.-	¿En qué se basa la manera de mostrar su producto y mostrarse usted como promotor?
	<p>-Soy de Jipijapa, la tierra cafetalera por excelencia en el país.</p> <p>-Me considero representante de la imagen del montubio manabita</p> <p>-El café debe tomarse “pasado” para destacar el delicado aroma y la sutil acidez del grano que se cultiva en Manabí a unos 600 metros sobre el nivel del mar.</p>

-El café es cultura. En una taza está contenida toda una tradición manabita.

-El pilar, tostar, moler y “pasar” es parte de nuestra identidad.

3.- ¿Con qué criterio o idea usted determina los elementos e instrumentos para la exposición de su café?

-En el 2007 el Consejo Provincial de Manabí, por primera vez me invitó a ser parte del stand de Manabí en la Feria Internacional del Turismo.

-A partir de ahí recibí invitaciones del Ministerio de Turismo. Se me convirtió junto a mi producto artesanal en un atractivo turístico.

-De acuerdo al evento en que soy invitado, sobre todo si es de carácter turístico o cultural, monto una especie de galería del café.

-Recreo una escena de tradición en la que a veces está presente una planta de café, el pilón, el comal, el café tostado, el café en su molienda, el café molido y un filtro eléctrico que me permite servir café “pasado”.

-Me pongo el sombrero que me corresponde como montuvio, sobre todo de Paja Toquilla.

-Lo del vestuario fue casualidad. Un día me puse una camisa a cuadros de color vistoso que llamó la atención del área de comunicación del Consejo Provincial y se me pidió que adoptará ese vestuario para las exposiciones.

-En el 2011 el GAD-Manabí realizó un video promocional de la provincia con sus tradiciones productivas, para ello se me hizo una sesión fotográfica con la camisa característica. Finalmente participé en el video como representación de la caficultura.

-Cuando asisto a eventos bajo la responsabilidad del Ministerio de Turismo u otro organismo nacional utilizo de preferencia una camisa blanca con la marca-país Ecuador. Cuando estoy bajo la invitación del Consejo Provincial de Manabí uso la camisa a cuadros con el logo de Manabí.

-Tengo mi logotipo particular que fue donado por la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

4.- ¿Con qué respaldo cuenta usted para promover la tradición del café tostado, molido y “pasado”?

-Mantengo muchos espacios abiertos con instituciones públicas y privadas, pero no siempre me cubren costos operativos y de traslado sobre todo cuando toca salir fuera de la provincia a ferias y eventos.

-No tengo recursos para esas actividades y me financio con la venta de mi producto.

-Más que el respaldo económico que realmente se necesita, me preocupa la huella que pueda estar dejando a las nuevas generaciones con la conservación de esta tradición de cultura y producción del café artesanal.

-Tengo el respaldo del GAD-Manabí para la promoción de la tradición cafetalera de la provincia a través del personaje que represento.

-El GAD-Manta me apoya desde hace más de ocho años permitiendo mantener mi punto de promoción del café artesanal en los bajos del Municipio así como dentro de eventos realizados por la institución.

Camilo Eudoro Andrade Vera (30 años)	
1.-	¿Cómo surge la idea de desarrollar una línea gráfica visual para Café “Bolívar”?
	<p>-Estudiando Diseño Gráfico en la Universidad San Gregorio de Portoviejo, necesitábamos desarrollar un proyector integrador de fin del sexto semestre, año 2010.</p> <p>-Escogimos a Café “Bolívar” para el proyecto, vimos que necesitaba mejorar la presentación de su producto y no contaba con logotipo ni línea gráfica.</p> <p>-Había tenido una referencia previa de Café “Bolívar” a través de un reportaje que entonces le realizó el programa de Televisión “El Nuevo empresario”. Era ideal para el proyecto.</p>

2.-	¿En que se basó el desarrollo de la idea gráfica?
<p>-Notamos que dónde había eventos culturales aparecía el aroma de Café “Bolívar”.</p> <p>-Sin embargo, aún era poco conocido, pero era un producto artesanal que Don Bolívar Mendoza buscaba dar a conocer con su nombre.</p> <p>-Vimos que él era un personaje que se vendía como marca de su propio café, por eso decidimos trabajar el logotipo corporativo con su propia imagen.</p> <p>-La idea era mantener la imagen del personaje al lado de la marca Café “Bolívar”.</p> <p>-Tomamos una fotografía de su rostro, se vectorizó y de ahí salió la imagen de lo que es Café “Bolívar”.</p> <p>-El propósito era darle una imagen corporativa a un producto artesanal y a Don Bolívar como productor de un café artesanal típico, para que quien viera la imagen sintiera de cerca el café “pasado” que se tomaba en el campo.</p> <p>-Nunca se pensó en trabajar una imagen que represente a Manabí sino a un personaje de Manabí que mantiene la tradición del café tostado, molido y “pasado”.</p> <p>-Entre las opciones también pensamos en una pepa de café, en una taza de café, pero era difícil separar a Café “Bolívar” de la propia imagen de su promotor, un personaje que a más de proyectar al</p>	

montuvio manabita con su sombrero y camisa, ya era un ícono de Jipijapa.

-Se diseñó una tipografía para la marca como parte de la línea gráfica, desarrollada íntegramente en tonalidad café marrón oscuro con elementos en blanco.

3.- ¿Qué investigaciones se hicieron sobre identidad manabita y caficultura para determinar las formas visuales?

-Se hizo una investigación conjunta con el personaje visitando en Jipijapa, plantaciones de café y fincas donde se aplicaba el secado y embodegado del grano.

-Se observó el proceso artesanal aplicado por la microempresa del personaje en cuanto al pilado, tostado, molido y “pasado” del café.

-Se vio directamente el proceso promocional y de venta en la Terminal Terrestre de Jipijapa así como los utensilios, “empaques” y envases utilizados para el despacho del producto tanto en café molido como en bebida caliente.

-Se hizo una valoración cultural de su vestimenta y de su sombrero de Paja Toquilla

4.- Se midió las aplicaciones y resultados de la nueva imagen gráfica de Café “Bolívar”?

-El proyecto gráfico fue entregado formalmente a fines de agosto del 2010 en acto desarrollado en la Universidad San Gregorio con la presencia de personajes e invitados.

-Se entregó un portafolio digital de los diseños con un Manual de aplicación de artes para:

- * Logotipo
- * Fundas de empaque
- * Tarjetas de presentación
- * Volantes
- * Facturas
- * Vasos térmicos
- * Hojas membretadas y sobres
- * Carpetas.

- Después del evento mantuvimos el contacto para verificar la aplicación de los diseños, pero después notamos que la gestión del personaje no prosperó para lograr la impresión de por lo menos las fundas de empaques y las tarjetas de presentación.

-Ha venido aplicando el Logotipo en los Banner de sus exposiciones, pero algunos de sus diseños los satura de fotografías donde aparece con otros personajes que hacen perder de vista el Logo de la marca.

-Notamos en los banners la trascendencia que ha tenido en varios eventos, gráficamente está vendiendo más su relación social que el propio producto.

-Siempre el logo de Café "Bolívar" debe aparecer en la parte superior de los banner's y en una zona visualmente "limpia".

OBSERVACIONES

Objetivo:	Constatar la ambientación de la puesta en escena del constructo café “Bolívar” realizada en sus espacios habituales de exposición de Portoviejo, Manta y Jipijapa; a fin de verificar los elementos usuales de su retórica visual y de la caracterización del café artesanalmente tostado, molido y “pasado” promovido por Bolívar Vidal Mendoza Tobar.
Observaciones aplicadas:	<p>6 Observaciones:</p> <p><u>Observaciones de base:</u></p> <p>17 de diciembre 2014 Soportal de la sucursal del Banco Nacional de Fomento, Av. Olmedo y Bolívar 8esquina)</p> <p>18 de diciembre 2014 Soportal Palacio Municipal del GAD-Manta, Av. 4 y calle 9</p> <p>20 de diciembre 2014 Terminal Terrestre Xipixapa, cantón Jipijapa</p> <p><u>Observaciones centrales</u></p> <p>11 de marzo 2015 Soportal de la sucursal del Banco Nacional de Fomento, Av. Olmedo y Bolívar 8esquina)</p> <p>13 de marzo 2015 Soportal Palacio Municipal del GAD-Manta, Av. 4 y calle 9</p> <p>14 de marzo 2015 Terminal Terrestre Xipixapa, cantón Jipijapa</p>
Principales aspectos considerados:	<p>PROMOTOR CAFÉ BOLÍVAR”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vestimenta

- **Interacción durante la puesta en escena**
- PUESTA ESCÉNICA DEL CONSTRUCTO**
- **Instrumentos tradicionales**
 - **Referenciamiento del proceso artesanal del café**
 - **Presentación del producto**
 - **Ambientación y recursos de imagen (Material decorativo, material gráfico)**

Codificación de lo observado:

PROMOTOR CAFÉ “BOLIVAR”		
Vestimenta	Uso recurrente	Uso ocasional
Sombrero de Paja Toquilla	x	
Camisa típica de cuadros	x	
Camisa blanca	x	
Botas de hule (*)		x
Interacción	Recurrentemente	Ocasionalmente
Con los elementos de la ambientación escénica	x	
Con los visitantes de la exposición (**)	x	

(*) Tradicionalmente usadas por el montuvio manabita en invierno

(**) Son muy recurrentes diálogos sobre la caficultura y el montubio

PUESTA ESCÉNICA DEL CONSTRUCTO CAFÉ “BOLIVAR”		
Instrumentos o elementos tradicionales	Uso recurrente	Uso ocasional
Molino tipo “corona”	x	
Sacas de yute con café	x	
Granos de café tostado	x	
Despachador de granos	x	
Pilón		x
Comal (*)		x

(*) Estrictamente como elemento decorativo

Referenciamiento artesanal del proceso	Recurrentemente	Ocasionalmente
Molido	x	
Filtrado (*)	x	
Tostado (**)	x	
Aroma típico de café tostado y molido (***)	x	
Pilado		x
Presentación del producto	Recurrentemente	Ocasionalmente
Molido envasado en fundas de papel con etiqueta	x	
Molido envasado en fundas de plástico transparente sin etiqueta		x

Pasado por filtro y dispensado en bebida caliente	x	
Ambientación y recursos de imagen	Recurrentemente	Ocasionalmente
Uso de logotipos de entes oficiales	x	
Uso de marca del producto	x	
Uso de banner corporativo	x	
Uso de material promocional de la provincia		x
Uso de cafeto arábigo, granos café seco, lonas de yute como elementos decorativos		x

(*) El filtro-cafetera eléctrica referencia la etapa del filtrado no su carácter artesanal

(**) Se muestra el grano tostado no el tueste en sí

(***) Muy atrayente de transeuntes

Resultado de las aportaciones de las entrevistas y observaciones

Como resultado de las aportaciones de las entrevistas al promotor del café artesanal objeto de estudio y del realizador de la línea gráfica, y de las observaciones en los espacios públicos de exposición permanente del constructo, se resume la siguiente proyección visual del Café artesanal “Bolívar” con sus elementos y variantes más recurrentes aplicados como recreación escénica del café tostado, molido y “pasado”:



Figura 24. Retórica visual del café artesanal “Bolívar”

Hay que notar que debido a la demanda del producto y a que su recreación llama mucho la atención por ser referencial de costumbres de antaño, el promotor ha incurrido en una semiautomatización del molido y el filtrado lo que, sin embargo, no hace perder la esencia de lo artesanal del proceso y el interés sobre el mismo.

ANÁLISIS SEMIÓTICO

Teórico: Umberto Eco

Concepto central: **Semiología de los mensajes visuales.**

Desde el punto de vista semiótico y conforme a Umberto Eco, la comunicación visual consiste en esquematizar ciertas propiedades en una representación icónica. Sin embargo, las similitudes del signo con las propiedades de algo, no dependen del objeto representado sino del modelo de su percepción. Esas propiedades no son solo las que *vemos* sino las que *sabemos* o presumimos al percibir visualmente un ícono.

Aplicación teórica: **Percepción y representación visual**

Eco sitúa el **problema de la comunicación visual en la percepción convencional de algo.**

Establece un vínculo entre **códigos de reconocimiento** y **códigos icónicos**, o lo que es igual entre percepción y representación visual.

Cuando se crea un mensaje visual, insiste Eco, opera un reconocimiento (experiencia cultural) de otros mensajes y signos icónicos que se traducen y reducen a un elemento gráfico que interpreta una estructura percibida de un objeto.

Dimensión semiótica: Dimensión **Icónica**

Elementos de análisis:

Retórica visual del constructo Café “Bolívar”

Análisis e interpretación del constructo Café “Bolívar”

Desde la retórica visual del modelo perceptivo de la imagen icónica lograda en una fotografía, respecto de los elementos escénicos propuestos por Café “Bolívar”, se interpreta que:

La recreación del constructo parte de un **objeto**, que no sería otra cosa que el **personaje Bolívar Mendoza** en la galería montada por él para la exposición del café tostado, molido y “pasado” en espacios públicos.

Quien **ve** esta recreación (**sujeto**) puede, por **saber** o suposición, o por su experiencia o cercanía directa o indirecta con la caficultura en Manabí, **seleccionar** mentalmente **algunos rasgos** de esta actividad que culturalmente son característicos. Esto constituye una **primera codificación** que luego se completa con una **segunda codificación**

que traduce visualmente un **ícono gráfico (fotográfico, escénico)** que **interpreta** lo que se **ve** y lo que se **supone** es la producción artesanal del café tostado, molido y “pasado” en Manabí. El esquema se representa de la siguiente manera:

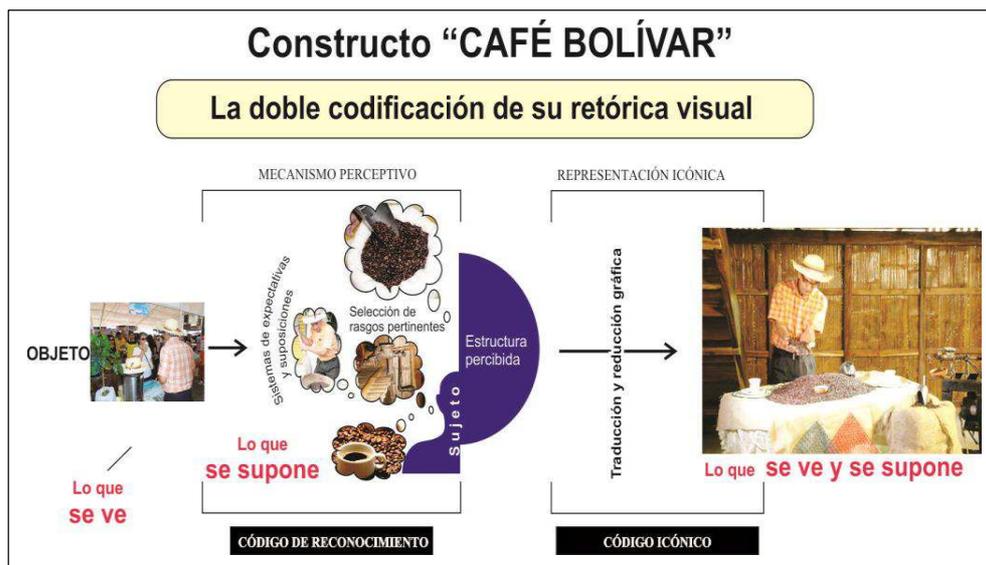


Figura 25. Doble codificación de la retórica visual del constructo café artesanal “Bolívar”
Elaboración propia

Ahora bien, desde la retórica visual del modelo perceptivo del logotipo desarrollado para implementar la línea gráfica de Café “Bolívar”, se interpreta que:

El diseño del logo parte de un **objeto**, que no sería otra cosa que el **personaje Bolívar Mendoza**, aún poco reconocido, tanto él como su producto en la promoción del café tostado, molido y “pasado” en Manabí.

Quien **ve** el personaje en dicho estado (en este caso el **sujeto** sería el **diseñador**) puede, por **saber** o suposición, o por investigación directa o indirecta de la caficultura en Manabí, **seleccionar algunos**

rasgos de esta actividad y del personaje que le son característicos. Esto constituye una **primera codificación** que luego se completa con una **segunda codificación** que traduce visualmente un **ícono gráfico (logotipo)** que **interpreta** lo que se **ve** y lo que se **supone** es Bolívar Mendoza Tobar, como productor artesanal de café tostado, molido y “pasado” en Manabí. El esquema se representa de la siguiente manera:

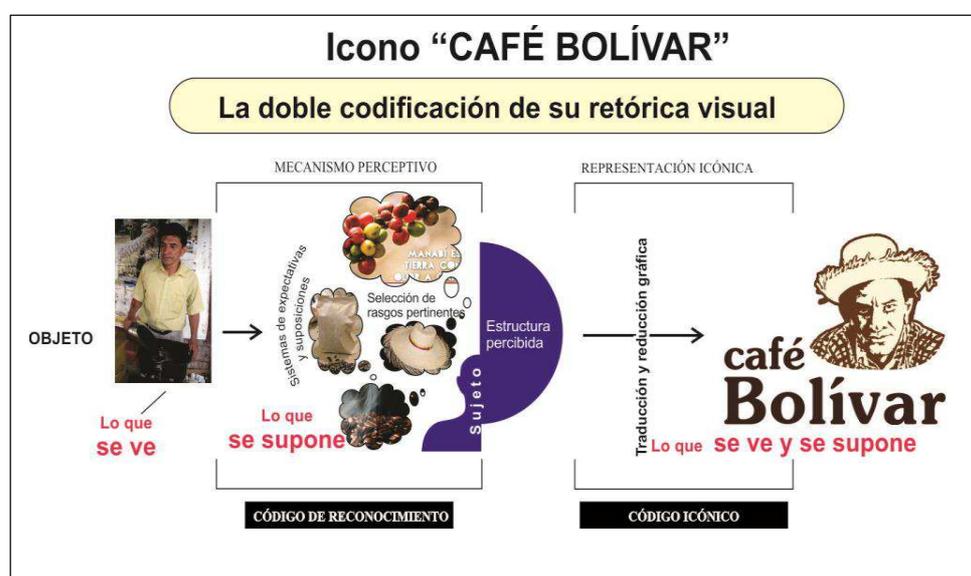


Figura 26. Doble codificación de la retórica visual del ícono café “Bolívar”
Elaboración propia

CAFÉ “BOLÍVAR” COMO OBJETO Y COMO SIGNO

ENTREVISTAS

Objetivo:	Recopilar información que permita, desde la semiótica, la conceptualización del constructo café “Bolívar” como Objeto y como Signo.
Entrevistas aplicadas:	<p>8 entrevistas semi estructuradas</p> <p>Aplicadas a un impulsor de café artesanal, historiadores, promotores del arte costumbrista y del manabitismo y a la coordinadora de Café “Bolívar”. Integrantes de la muestra.</p>
Preguntas centrales:	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El café artesanal tostado, molido y “pasado” Está ligado a la historia de Manabí? • ¿Considera usted que el consumo de café tostado, molido y “pasado” ha construido identidad entre los manabitas? • ¿Considera usted que el producto y personaje Café “Bolívar” representan el café “pasado” como tradición manabita? • ¿Qué simbolismo percibe usted en la representación de Café “Bolívar”?

Codificación de las respuestas:

¿El café artesanal tostado, molido y “pasado” está ligado a la historia de Manabí?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, porque desde el siglo XIX Manabí tuvo producción cafetalera, sobre todo a mediados del siglo pasado.	4	50%
2	Sí, porque en los campos se tostaba café en tiempos de cosecha	3	37,5%
3	No siempre fue así	1	12,5%

¿Considera usted que el consumo de café tostado, molido y “pasado” ha construido identidad entre los manabitas?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, era típico encontrar en las casas, incluso de las ciudades, los molinos, los filtros y comales donde se tostaba el café	6	75%
2	Sí, el aroma del tueste siempre fue un lenguaje expresivo de los campos manabitas.	2	25%

¿Considera usted que el producto y personaje Café “Bolívar” representan el café “pasado” como tradición manabita?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, es un ícono viviente de una tradición nuestra	6	75%
2	Sí, el mantiene una tradición que la hace conocer como el café “pasado” de Jipijapa.	1	12,5%
3	Sí, vende una tradición que ayuda a la imagen de Manabí	1	12,5%

¿Qué simbolismo percibe usted en la representación de Café “Bolívar”?			
No.	Categoría	f	%
1	Su sombrero montuvio de paja toquilla	3	37,5%
2	Su camisa de campesino	3	37,5%
3	Su rostro es de la estirpe chola montuvia de la zona sur	1	12,5
4	La época dorada del café	1	12,5%

Resultado de las aportaciones de los entrevistados:

Los entrevistados rescatan la **tradición histórica cafetalera de Manabí**, con énfasis en el siglo anterior, y ligan el **tostar, moler y filtrar artesanalmente el café para obtener su esencia**, como una **costumbre ancestral de Manabí**, derivada de ese auge cafetalero,

sobre todo en los campos de las zonas de mayor cultivo donde el aroma a tueste era característico, así como encontrar filtros, molinos y comales en las casas.

El proceso del café artesanal se convirtió en una costumbre ancestral que, de acuerdo a las visiones de los entrevistados, está encarnado en la **propuesta recreativa de Bolívar Mendoza Tobar** y su producto **Café “Bolívar”**, cuyo constructo se proyecta como **Objeto simbólico de una tradición** y como **signo de la cultura montuvia cafetalera** que proyecta en elementos como la vestimenta campesina y el café “pasado”, la imagen de Jipijapa y de Manabí como centros históricos de la caficultura.

ANÁLISIS SEMIÓTICO

Teórico: Charles S. Peirce

Concepto central: **Signo y Objeto.**

Para Peirce el **SIGNO** es catalogado como un *Representamen* considerado en sí mismo como una imagen con cualidades materiales o intrínsecas. **El signo puede ser cualquier elemento:** un individuo, un proceso, un estado de cosas, entre otros. Aunque –dice Pierce- un signo puede ser

cualquier cosa, cualquier cosa no puede ser signo.

En cuanto al **OBJETO**, Peirce lo califica como la **porción de la realidad** a través del cual podemos acceder al signo.

Aplicación teórica:

Representamen, Objeto e Interpretante

El SIGNO Peirceano se estructura y se resume de la siguiente manera:

Representamen: el signo en si mismo

Objeto: porción de la realidad

Interpretante: efecto mental que representa un signo con otro signo.

Dimensión semiótica:

Dimensión **Interpretaiva**

Elementos de análisis:

Café artesanal “Bolívar” como Signo y como Objeto.

Análisis e interpretación del constructo Café “Bolívar” como Signo y como Objeto

Hay que partir de todos los elementos que Bolívar Mendoza Tobar utiliza en el montaje de su exposición de *Café Bolívar* cuando participa en eventos y ferias, o bien cuando promociona su producto en espacios públicos. En dicho montaje siempre está presente – como de

cajón- su propia personificación como imagen que da identidad de tradición artesanal a “su” café.

Como se señaló arriba, *Peirce*, concibe el Signo de manera TRIADICA. Tiene un *Representamen*, un *Objeto* y luego un *Interpretante* (inmediato, dinámico o final).

Representamen

De acuerdo a *Peirce* es la representación de algo. El mundo simbólico (una secuencia de letras o de sonidos, una forma, un color, un olor, etc). El *Representamen* (signo) es el aspecto del objeto que podemos conocer, nunca el objeto total. Bajo este precepto la secuencia de letras “CAFÉ BOLÍVAR” con su ícono Bolívar Mendoza es un *Representamen* del Café artesanalmente tostado moilido y “pasado”, pues representa un aspecto del objeto (que se desprende del *Interpretante*) y no su totalidad (historia, tradición manabita, cultura, proceso).

Objeto

Peirce distingue dos objetos del *signo*: el *objeto dinámico* y el *objeto inmediato*. El primero –denominado también objeto mediato –es el objeto exterior al signo, es la realidad extralingüística a la que el signo se refiere; el objeto dinámico es “*la Realidad que de alguna manera contribuye a determinar al Signo para su Representación*” (C. Peirce 4;536)

El *objeto inmediato* es el objeto interior al signo, representado tal y como es por el signo.

Café artesanal es un **objeto dinámico** que muestra una realidad extralingüística referida por el signo **café Bolívar** que **exterioriza tradición**, técnica, época, cultura, etnografía, etcétera. A la vez **puede tener el carácter de inmediato en cuanto *Café Bolívar* significa un *café artesanal*** en su forma de producción y consumo.

Interpretante

En el análisis, el término **Café** es un *Interpretante inmediato*, de “**CAFÉ BOLÍVAR**” lo cual, en el lenguaje de *Peirce*, es hipotético, no es ni verdadero ni falso. Por otro lado, enunciados como **Manabí, café artesanal, café molido tradicional, café de Jipijapa** o *café manabita*, por ejemplo, constituyen el *Interpretante dinámico*, que de acuerdo a *Peirce*, consiste en el efecto directo realmente producido por un signo en su intérprete.

El *Interpretante final*, según *Peirce*, es el efecto que el signo produce en cualquier mente sobre la cual las circunstancias permitiesen que se ejerza ese efecto pleno. La asociación permanente del montubio Bolívar Mendoza con “su” café artesanal, provoca que **el decir “CAFÉ BOLÍVAR” y sentir el aroma del café “pasado” sea ese el efecto** o el *habitus*, en definición *Peirceana*.

La estructura y dinámica del SIGNO Y OBJETO Café Bolívar,
desde la teoría semiótica de Peirce, se representa así:

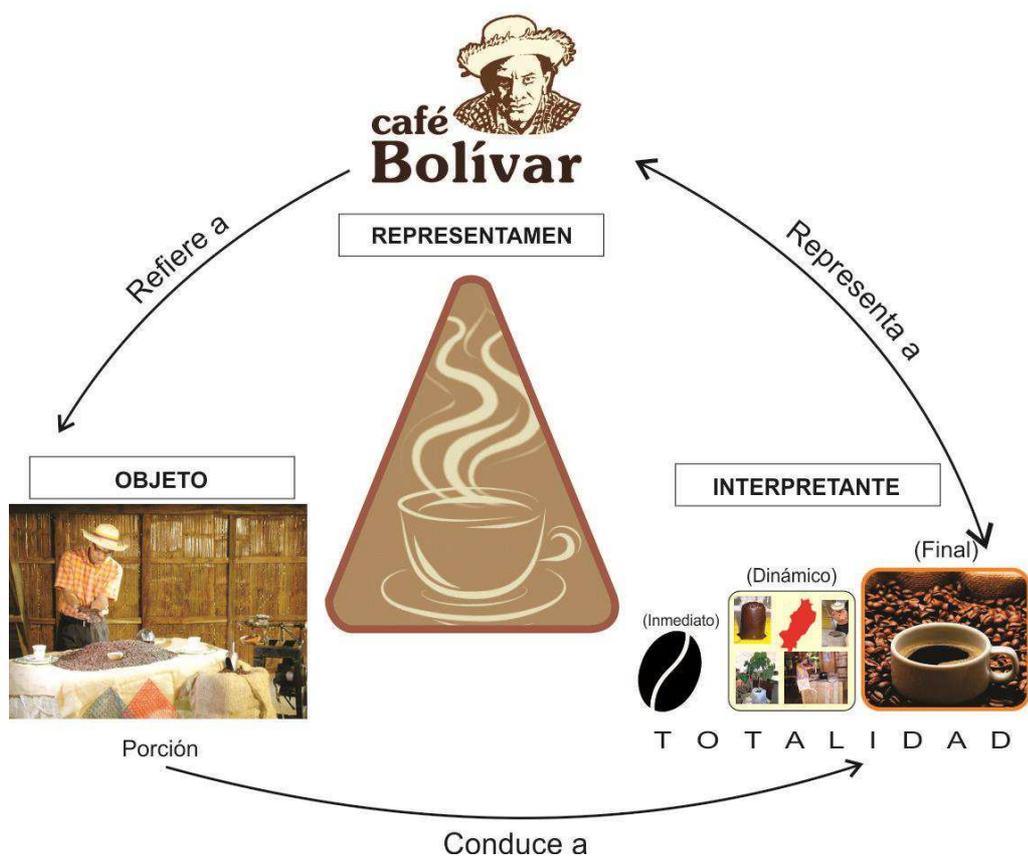


Figura 27. Representamen, objeto e interpretante del signo café "Bolívar"
Elaboración propia

CAFÉ “BOLÍVAR” COMO ÍCONO, ÍNDICE Y SÍMBOLO

ENTREVISTAS

Objetivo:	Recopilar criterios que complementen la caracterización semiótica del constructo café “Bolívar” como Ícono, Índice y Símbolo.
Entrevistas aplicadas:	<p>10 entrevistas: semi estructuradas</p> <p>Aplicadas a representantes o funcionarios de entes vinculados con la producción, promoción y conservación de saberes ancestrales y patrimoniales. Integrantes de la muestra.</p>
Preguntas centrales:	<ul style="list-style-type: none"> • ¿El aroma a café tostado es un indicativo de qué cosa, en Manabí? • ¿Considera usted que detrás del proceso de tostar, moler y “pasar” café hay un saber ancestral? • ¿Considera usted que el producto y personaje Café “Bolívar” pueden tomarse como ícono para representar el saber ancestral del café pasado? • ¿Qué aspectos de la cultura del café en Manabí puede simbolizar la representación de Café “Bolívar”?

Codificación de las respuestas:

¿El aroma a café tostado es un indicativo de qué cosa en Manabí?			
No.	Categoría	f	%
1	De antaño, cuando las abuelas, tostaban café un domingo, antes que salga el sol	3	30%
2	De la riqueza agrícola cafetalera de los campos manabitas	3	30%
3	De que Manabí tiene un café especial	2	20%
4	De un desayuno familiar en el campo con tortilla de maíz	2	20%

¿Considera usted que detrás del proceso de tostar, moler y “pasar” café hay un saber ancestral?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, desde el proceso de recoger el grano hasta obtener la esencia	7	70%
2	Sí, en la preparación y consumo del café de olla	2	20%
3	En todo el quehacer de nuestra gente hay un saber	1	10%

¿Considera usted que el producto y personaje Café “Bolívar” pueden tomarse como ícono para representar el saber ancestral del café artesanal en Manabí?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, puede ser el ancla de una tradición y un pasado productivo cafetalero de la provincia.	4	40%
2	Sí, es un personaje del imaginario del montuvio caficultor	2	20%
3	Ya es un ícono de Jipijapa y Manabí	2	20%
4	No, el café tostado y molido es identidad de la costa, más allá de Manabí, que ha perdido la tradición del café pasado	2	20%

¿Qué aspectos de la cultura del café en Manabí puede simbolizar la representación de Café “Bolívar”?			
No.	Categoría	f	%
1	La tradición histórica de la caficultura de Jipijapa y Manabí	4	40%
2	La gastronomía manabita que se acompaña con café	3	30%
3	El café artesanal como atractivo turístico y parte del manabitismo	2	20%
4	Siendo el café una cultura no solo regional sino del mundo, habría que desprenderla de un nombre en particular.	1	10%

Resultado de las aportaciones de los entrevistados:

Los entrevistados coinciden sin dudar que el **tostar, moler y “pasar” constituye un saber ancestral** manabita, pero en menor medida advierten que este conocimiento es también de otras provincias cafetalera de la costa y el oriente.

Sin embargo **rescatan** como particularidad **la manera y los utensilios que tradicionalmente se utilizaban en las fincas y en las casas** para elaborar y consumir el café tostado, molido y “pasado”.

El aroma a café tostado en Manabí es **INDICE** de una evocación de antaño de las mujeres que hacían escabullir los efluvios del tueste y del filtrado por las hendidias de las paredes de caña o enquinche de las casas de campo y también de ciudad, donde las familias solían acompañar algunos bocados de sus desayunos con una taza de café “pasado”.

A Bolívar Mendoza Tobar y su producto **Café “Bolívar”**, le atribuyen una potencialidad **icónica** de cómo se vivía en Manabí la cultura del café “pasado” de la mano del auge cafetalero, sin embargo, en cierta medida los entrevistados sugieren mantener o desprender la tradición más allá de su nombre.

No obstante, consideran que su constructo se ha “apropiado” de la tradición del café en Manabí y puede funcionar como un **Objeto SIMBÓLICO de tradición, gastronomía y turismo ecológico.**

Algunos no dudaron en señalar que Bolívar Mendoza con su producto **Café “Bolívar”** ya es una imagen **ÍCONO** del café y del montuvio de Jipijapa y de Manabí.

ANÁLISIS SEMIÓTICO

Teórico: Charles S. Peirce

Concepto central: **Segunda Tricotomía del SIGNO.**

De acuerdo a Peirce, la **segunda tricotomía**, corresponde a la **relación del signo con su objeto**, la misma que está compuesta por el **Ícono**, el **Índice** y el **Símbolo**.

Aplicación teórica: **Ícono, Índice y Símbolo**

ICONO: Tiene una relación directa con el objeto que representa (semejanza)

Ejemplo, la fotografía de una rosa

INDICE: La relación del objeto al que representa es de continuidad con respecto a la realidad.

Ejemplo, una gota de sangre en el tallo de una rosa es índice de que alguien se lastimó al tomarla.

SÍMBOLO: La relación con el objeto es convencional.

Ejemplo, las rosas simbolizan una categoría de cosas socialmente aceptadas: amor, dolor, aroma, afecto, emociones, belleza, entre otras.

Dimensión semiótica: Dimensión **Interpretativa**

Elementos de análisis:	Café artesanal “Bolívar” como ícono, índice y símbolo.
-------------------------------	---------------------------------------------------------------

Análisis e interpretación del constructo Café “Bolívar” como Ícono, Índice y Símbolo.

Conforme a la teoría *Peirceana* la relación de los signos con su materialidad y con sus objetos e *interpretantes*, determina su clasificación en *Ícono* (tiene una semejanza o relación directa con el objeto al que representa; *Índice* (la relación con el objeto al que representa es de continuidad con respecto a la realidad); y *Símbolo* (relación con el objeto es convencional).

Visto de esta manera, **la imagen estilizada** (dibujo) del **rostro de Bolívar Mendoza** viene a ser el **ÍCONO** del **montuvio de Jipijapa o de Manabí**, caficultor o productor de café artesanal. En tanto que **ese mismo personaje visto en su naturaleza** (rasgos, color de piel, modo de hablar, entorno); **actividades** (exponiendo una tradición, moliendo y sirviendo café caliente “pasado”); **con unos atuendos** (camisa fresca y ligera, sombrero de paja toquilla) es **ÍNDICE** de **la cultura montuvia de la costa ecuatoriana y de Manabí y del aroma y proceso del café artesanalmente seleccionado, tostado, molido y filtrado**; y tradicionalmente consumido en las fincas cafetaleras y casas de la provincia, para amainar el frío o acompañar los bocados de un desayuno típico, una merienda, o degustarlo en un velorio. El *Representamen* **Café “Bolívar”** se convierte entonces en el **SÍMBOLO** convencional **de todas aquellas relaciones**.

La operatividad del SIGNO **Café “Bolívar”**, como **INDICE, ÍCONO y SÍMBOLO**, se representa así, según Peirce:

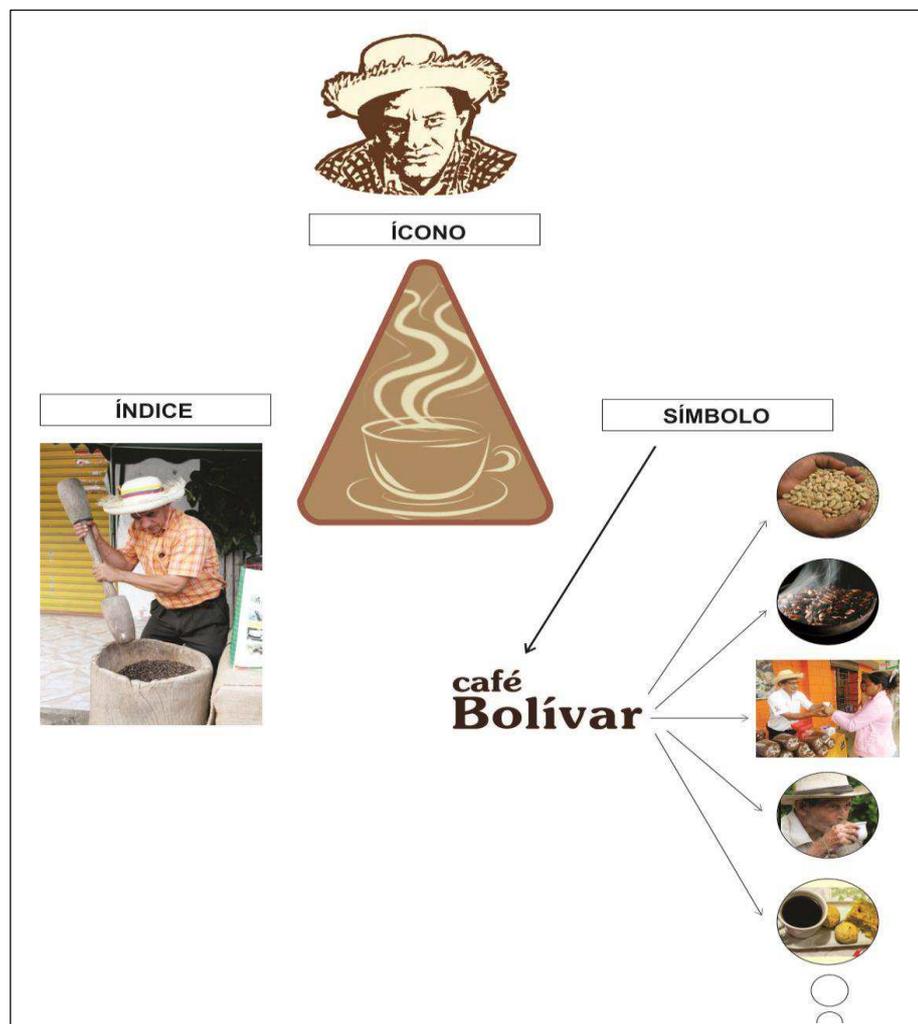


Figura 28. Signo café "Bolívar" como ícono, índice y símbolo
Elaboración propia

PERSPECTIVA DEL DISCURSO PROMOCIONAL DE LA IDENTIDAD
DE MANABÍ ASOCIADO A LA MARCA CAFÉ “BOLÍVAR”

ENTREVISTAS

<p>Objetivo:</p>	<p>Recopilar información y puntos de vista que permitan, comprender la dinámica simbólica y comunicacional del constructo café “Bolívar” como portador de un discurso promocional de identidad manabita.</p>
<p>Entrevistas aplicadas:</p>	<p>16 entrevistas estructuradas:</p> <p>Aplicadas a funcionarios del GAD-Manabí y de los GAD´S de Portoviejo, Manta y Jipijapa de las áreas de Comunicación, Turismo y Cultura, vinculados a la promoción identitaria, productiva y cultural de la provincia. Integrantes de la muestra.</p>
<p>Preguntas:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se encuentra en “Anexos” el formato de la entrevista, con la estructura y secuencia de preguntas pre establecido.

Tabulación y codificación de respuestas

- 1) **¿Considera usted que tostar, moler y filtrar café artesanalmente es una costumbre ancestral propia de Manabí?**

OPCIONES	f	%
SI	16	100%
NO	0	

Codificación de respuestas

Por qué?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, porque se desarrolló por décadas en el campo como cultura ancestral del consumo de café	9	56,25%
2	Sí, por ser legado de la producción y tradición cafetalera de la provincia	6	37,5%
3	No responde un por qué	1	6,25%

- 2) **¿Considera usted que en Manabí el consumo de infusión de esencia de café artesanalmente obtenida construye relaciones e identidad?**

OPCIONES	f	%
SI	16	100%
NO	0	

Codificación de respuestas

Por qué?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, como parte de las tradiciones los miembros de las familias acostumbraban sentarse juntos a desayunar con café "pasado", o también se acompañaba en los velorios con una taza de café.	10	62,5%
2	Sí, sobre todo rescata valores de identidad montuvia	5	31,2%
3	No responde un por qué	1	6,3%

3) Según usted ¿Con cuál de las siguientes opciones se relaciona más un concepto de “Café Manabita”?

OPCIONES	f	%
Café “pasado”	11/16	62,5%
Identidad	9/16	56,3%
Gastronomía ancestral	7/16	43,8%
Tradición	6/16	37,5%
Turismo	4/16	25%
Cultura	3/16	18,7%
Mercadeo, café soluble u otro	0	0%

4) ¿Cree usted que en Manabí, cada vez es más escasa la posibilidad de consumir café artesanal tostado, molido y pasado, incluso para los propios manabitas?

OPCIONES	f	%
SI	12	75%
NO	4	25%

Codificación de respuestas

Por qué?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, el proceso de industrialización y el ritmo de vida actual inducen al consumo de café soluble.	7	43,8%
2	Sí, por la emigración del campesino que ya no cultiva el café	5	31,2%
3	No, aun se fomenta la tradición del producto	4	25%

- 5) **Considera usted que la marca o constructo “Café Bolívar” se asocia perfectamente con el concepto artesanal de “Café Manabita”**

OPCIONES	f	%
SI	15	93,8%
NO	1	6,2%

Codificación de respuestas

Por qué?			
No.	Categoría	f	%
1	Sí, porque recrea el tostado, molido y filtrado del café de forma tradicional	8	50%
2	Sí, por su producto artesanal y aspecto de hombre de campo	7	43,8%
3	No, es una marca personal; el nombre debería relacionarse más con Manabí	1	6,2%

- 6) **Su organización ha auspiciado el uso de la imagen de “Café Bolívar” para promover la identidad de Manabí, durante el periodo 2013-2014.**

OPCIONES	f	%
SI	12	75%
NO	4	25%

Si respondió SI, bajo cuáles de estas condiciones:

Decisión:

OPCIONES	f	%
Por decisión propia de la institución	11	91,7%
Por pedido de la marca	1	8,3%

Periodicidad:

OPCIONES	f	%
Ocasionalmente	11	91,7%
Permanentemente	1	8,3%

Interés:

OPCIONES	f	%
Para exposiciones feriales	6	50%
Para eventos institucionales	4	33,3%
Para campañas en medios	2	16,7%

Época:

OPCIONES	f	%
Por el mes de Manabí	3+3	50%
Por temporada turística	2+1	25%
No especifica	3	25%

Localización:

OPCIONES	f	%
Dentro de Manabí	8	66,7%
Fuera de Manabí	4	33,3%

- 7) Mencione los últimos eventos o campañas que su organización realizó, auspició (o participó) con la imagen de “Café Bolívar”.

GAD-MANABÍ

EVENTO	FECHA / Lugar
Feria Internacional Turismo del Ecuador, FITE	26-29/09/ 2013-2014/ Guayaquil
Campaña “Ven a Manabí, te espero”	2013-2014 / Nacional
Con olor a café	22/06/2014, Jipijapa
Soy de Manabí, mes del manabitismo	29/06/ 2013-2014 / Portoviejo
Encuentro biprovincial del Café Loja-Manabí	16, 17 /09/ 2014/Loja

GAD-PORTOVIEJO

EVENTO	FECHA / Lugar
Feria de emprendedores	27/02/2014 / Portoviejo

GAD-MANTA

EVENTO	FECHA / Lugar
Festival de Dulces Manabitas	20/06/ 2013-Manta
Festival Delicias Gastronómicas de Manabí	30 /06/ 2013/Manta
Feria Internacional Turismo del Ecuador, FITE	09/ 2013-2014/Guayaquil
Feria Gastronómica por el Día del Turismo	21/09/2014 - Manta
Octubre, Mes de las Artes	1/10/2014 - Manta

GAD-JIPIJAPA

EVENTO	FECHA / Lugar
Sesión solemne por la cantonización	25/06/ 2013-Jipijapa
Sesión solemne por la independencia de Jipijapa	15/10/2013 - Jipijapa
Acto de posesión de las nuevas autoridades	14/05/2014 - Jipijapa

- 8) Podría usted puntualizar algún beneficio obtenido para su institución o para la provincia, producto del auspicio de campañas o eventos con la participación de “Café Bolívar”.

Codificación de respuestas

No.	Categoría	f	%
1	El beneficio es más para la provincia, su identidad y rescatar su tradición y cultura del café	6	50%
2	Mostrar a Manta como puerta de ingreso a un Manabí diverso	2	16,7%
3	Dar a conocer el café de Jipijapa	2	16,7%
4	No responde	2	16,7%

- 9) El respaldo o auspicio de su organización a “Café Bolívar” ha comprendido:

Codificación de respuestas

El uso del personaje como:			
No.	Categoría	F	%
1	Imagen de Manabí	6	50%
2	Imagen de la organización	4	33,3%
3	No responde	2	16,7%

Desarrollo de piezas como:			
No.	Categoría	F	%
1	Material promocional, documental audiovisual	3	25%
2	Vallas	3	25%
	Banner	1	8,3%
3	No responde	5	41,7%

Distintivos y Logística			
No.	Categoría	F	%
2	Stand (montaje)	8	66,7%
1	Logos, vestimenta	1	8,3%
3	No responde	3	25%

10) ¿Particularmente usted ha participado en el desarrollo de alguna pieza promocional relacionado con el auspicio de su organización a “Café Bolívar”

OPCIONES	f	%
SI	3 (*)	25%
NO	9	75%

¿Cuáles fueron los criterios que se aplicaron o usted recomendó para desarrollar el mensaje?

(*) Acoplar la imagen de Café “Bolívar” a los atractivos y bondades productivas de Manabí.

11) ¿Considera usted que las campañas o experiencias de auspicio de su organización a “Café Bolívar” han sido exitosas?

OPCIONES	f	%
SI	10	83,3%
NO	1	8,3%
No responde	1	8,3%

Codificación de respuestas

Por qué?			
No.	Categoría	F	%
1	Sí, genera muchas consultas sobre el montuvio, ayudando a afianzar la identidad de Manabí, dentro y fuera de la provincia.	5	41,7%
2	Sí, ha logrado asociar la imagen de la provincia y algunas ciudades con la oferta turística y con la demanda del café artesanal	5	41,7%
3	No, falta orientación profesional en su participación	1	8,3%
4	No responde	1	8,3%

12) ¿Considera Ud. que la imagen de “Café Bolívar” aporta a la identidad de la provincia?

OPCIONES	f	%
SI	15	93,75%
NO		
No responde	1	6,25%

Codificación de respuestas

Por qué?			
No.	Categoría	F	%
1	Sí, por sus atuendos de campesino	7	43,7%
2	Sí, aporta a nuestra identidad como provincia cafetera, rescatando un saber ancestral	7	43,7%
4	No responde	2	12,6%

13) ¿Su entidad posee una memoria o registro de las percepciones de “Café Bolívar” como signo de identidad manabita dentro de las campañas o eventos auspiciados por su organización?

OPCIONES	f	%
SI	4	33,3%
NO	8	66,7%

Resultado y síntesis de las aportaciones de los entrevistados:

DE LOS PROMOTORES

El Gobierno Provincial de Manabí, también denominado **GAD-MANABÍ** junto al **Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta, GAD-MANTA**; son los organismos oficiales que **más han promovido el Café artesanal “Bolívar” asociado a** campañas y eventos de impulso de la **producción o identidad de Manabí.**

El GAD-PORTOVIEJO es el menos interesado en el tema, mientras que el **GAD-JIPIJAPA lo asocia más institucionalmente** a su rol como gobierno del cantón de mayor tradición cafetalera.

DE LOS ESCENARIOS DE PROMOCIÓN

Con 50% **las Ferias** (turísticas, productivas y gastronómicas) **son el mayor escenario de los impulsos que asocian el café artesanal “Bolívar” con Manabí.** Los eventos institucionales (33,3%) y las campañas mediáticas (16,7%) completan el orden de importancia de los escenarios.

DE LOS ESCENARIOS GEOGRÁFICOS

Debido a que los organismos oficiales objeto de este apartado, se interesan más en el **MES DEL MANABITISMO** para mostrar saberes ancestrales como el café artesanal; **es dentro de la provincia donde se da el mayor impulso asociativo Café artesanal “Bolívar”-Manabí** dado a los eventos centrales que se desarrollan durante junio y hasta los primeros días de julio. Eventos como “Con olor a café” y “Soy de Manabí”

recogen anual y tradicionalmente expresiones de identidad, costumbres y productividad propias de la provincia. Los cantones de Portoviejo, Jipijapa y Manta, son los que principalmente se hacen eco de estas actividades.

PORTOVIEJO: Escenario del festival anual de tradiciones “Soy de Manabí” que se desarrolla el último domingo de junio o primer domingo de julio en el Parque Forestal, donde se exponen los atractivos, tradiciones y plataformas productivas de la provincia, tal como sucedió los años 2013 y 2014.

Desde esta ciudad, como sede del Gobierno Provincial de Manabí, **se generan también las acciones** de este organismo para **difundir el café como plus productivo** de la provincia o bien **rescatar, mantener y preservar sus tradiciones.**

MANTA: En Manta se **realizan actividades por el mes del manabismo** (junio), el **Día Mundial del Turismo** (septiembre) y el **mes de las artes** y la cultura (octubre) que han convocado entre el 2013 y el 2014, la exposición de Café artesanal “Bolívar”, en eventos como: “Festival de dulces manabitas”, “Delicias Gastronómicas de Manabí”, “Feria gastronómica por el Día del Turismo”, Pregón por el “Mes de las artes y la cultura”.

Es importante señalar que **el GAD-Manta, posibilita un espacio permanente** al pie del Palacio Municipal, donde semanalmente **se monta la exposición al público del café artesanal “Bolívar”.**

JIPIJAPA: como centro productivo del café **acogió en el 2014 el festival “Con olor a café”** donde se dio cabida a la exposición del café artesanal “Bolívar” junto a decenas de productores y emprendedores del sector. El GAD-Jipijapa por su lado, y coincidiendo con el mes del manabismo, promovió entre el 2013 y 2014 el **café artesanal en sus actos institucionales conmemorativos de la cantonización de la “Sultana del Café”**.

DEL VEHÍCULO SÍGNICO

De acuerdo a las entrevistas, se identifican **tres tipos de soportes o vehículos sígnicos** que portan la asociación **Café artesanal “Bolívar”- Manabí**. Estos soportes son:

PERSONAJE: El personaje Café “Bolívar” **interpretativo del montuvio manabita caficultor**

RECREACIÓN: la **plataforma escénica y recreativa del proceso artesanal del café** tostado, molido y “pasado”, cuya exposición, los organismos oficiales referenciados, **montan o auspician** en stand de ferias, para **difundir y asociar Café artesanal “Bolívar” con productividad o identidad de Manabí**.

PIEZAS PROMOCIONALES: Piezas promocionales distintivas de Manabí, **documentales de televisión, vallas publicitarias y banner** con la imagen del personaje Café “Bolívar”.

DEL MENSAJE

De acuerdo a los entrevistados, el uso asociativo café artesanal “Bolívar”-Manabí, **abona a un mensaje de**:

-Identidad, por los atuendos y aspecto montuvio del personaje

-Tradicición manabita, por mostrar el proceso artesanal de elaboración y consumo del café tostado, molido y “pasado”

-Producción, en tanto Jipijapa y Manabí son centros históricos de producción cafetalera.

-Turismo, debido a que el personaje y su producto café “Bolívar” se proyectan como una tradición ancestral que puede desembocar en un atractivo turístico de la provincia.

-Gastronomía, en cuanto hay un concepto mental de “café manabita” asociado con **café “pasado”** que representa un acompañante ideal de bocados típicos de un desayuno de campo o de una tertulia, incluso en los tradicionales velorios con café y rosca.

De otro lado, los entrevistados pertenecientes al Gobierno Provincial de Manabí, aclararon que **existen objetivos diferentes al mostrar un discurso de identificación de la provincia dentro o fuera de la misma**, sobre todo en eventos feriales, y por eso los **mensajes** también de ser tomados **con un enfoque particular**.

Así, en las **Ferias de Turismo que se desarrollan fuera** de Manabí, como la *FITE*, el **objetivo es promover la provincia como un todo** de atractivos, mientras que en las **ferias internas** como “*Soy de Manabí*” el

objetivo principal es difundir, rescatar, fortalecer y mantener las tradiciones nuestras.

En todo caso **cuando se busca promover el discurso de Manabí como un todo, se monta una plataforma que debe aportar información para todos los sentidos** del visitante: vista, olfato, gusto, oído y tacto; es decir la plataforma debe tener una **parte recreativa de elementos visuales; los aromas y sabores de la gastronomía; los sonidos de la música y bailes tradicionales; y las texturas** de los elementos de la naturaleza o **de las artesanías**.

Café “Bolívar” no es lo principal o único que presenta la provincia en las ferias, pero los entrevistados del GAD-Manabí consideran que **su puesta en escena contiene mensajes para todos los sentidos, sobre todo para el olfato**, pues el aroma del café artesanal atrae muchos a los visitantes.

ACOTACIONES: Es importante precisar finalmente que los entrevistados afirman en un 91,7% que sus **instituciones decidieron por cuenta propia promover el Café artesanal “Bolívar”** asociándolo como imagen e identidad de Manabí (50%). Argumento con el cual, entre el 2013 y 2014, también se promovió a la provincia en eventos nacionales e internacionales de Turismo y producción como la *Feria Internacional de Turismo del Ecuador*, FITE, realizada en Guayaquil o el *Encuentro bi provincial de Café Loja-Manabí*, realizado en Loja.

Los entrevistados dejaron notar que **la promoción de la identidad de Manabí apoyada en Café “Bolívar” es ocasional, pero guarda cierta periodicidad** anual.

Concluyen que el más del manabitismo (50%) y la promoción turística (75%) son las principales motivaciones de asociación Café “Bolívar”- Manabí, y que las **campañas o eventos donde se ha promovido a Manabí con la presencia del personaje y producto Café “Bolívar” los consideran exitosos (83,3%)** porque han despertado muchas inquietudes por conocer las costumbres y tradiciones del montuvio manabita y en especial del caficultor así como del proceso ancestral del café tostado, molido y “pasado”, lo cual ha repercutido en interés por la oferta turística de la provincia.

ANÁLISIS SEMIÓTICO

Teóricos: Charles S. Peirce y Umberto Eco
Conceptos centrales: **FANEROSCOPIA y ABDUCCIÓN** (Peirce) y **TEXTO CULTURAL** (Lotman)

Aplicación teórica: -Primeridad, segundidad, terceridad,
-Texto cultural y razonamiento
abductivo

De acuerdo a Peirce, el signo consta de tres categorías:

PRIMERIDAD: es cualidad y posibilidad del signo (*un pueda ser, un quizá*).

SEGUNDIDAD: es efecto y actualidad del signo (*lo que es aquí y ahora*)

TERCERIDAD: es el signo como producto, probabilidad o necesidad (*lo que debería ser, según las circunstancias que existen 'aquí-ahora'*).

Peirce define la **ABDUCCIÓN** como:

Un proceso que permita plantear una hipótesis explicativa de hechos que nos sorprenden, introduciendo nuevas ideas para sugerir o *inferir* que algo *puede ser*.

La teoría semiótica de *Peirce* conduce a entender que **el pensamiento no es más que un proceso inferencial que se desarrolla mediante signos**. Y un signo para *Peirce* no es información directa es un camino que conduce a objetos y relaciones mediante **Abducción**.

De su lado Iuri Lotman sostiene que **LA CULTURA ES SÍGNICA** por naturaleza y que requiere de una memoria para subsistir y de una SEMIÓSFERA o macro texto donde cohabiten todos los signos que la conforman que a la vez **serán textos formando parte de un contexto** que genera la producción, elaboración, intercambio y conservación de signos.

Los llamados **TEXTOS CULTURALES** no es solo el mensaje verbal sino **todo aquello que corresponde a la cultura y que porta un sentido**: una ceremonia, un rito, la ropa, entre otros aspectos.

El texto cultural, en teoría de Lotman, deber comprensible, materializable, perceptible y transmisible.

Dimensión semiótica: Dimensión **Social e Interpretativa**

Elementos de análisis:	-Café artesanal “Bolívar” como primeridad, segundidad y terceridad.
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

	-Piezas promocionales de Café “Bolívar” como texto cultural para el razonamiento abductivo.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Análisis e interpretación semiótica del constructo Café “Bolívar” asociado a una perspectiva de un discurso promocional de la identidad de Manabí.

a) Café artesanal “Bolívar” como texto cultural

De acuerdo a los resultados de las entrevistas que complementan el análisis semiótico del presente apartado; al constructo Café “Bolívar” se le atribuyen aportes a un mensaje cultural de identidad, tradición, producción, turismo, gastronomía ancestral

En ese sentido y desde la perspectiva de Iuri Lotman (1996) un Signo o un símbolo es un texto que sintetiza los diversos sistemas semióticos que le sean propios, capaz de registrar una especie de memoria histórica que incluye los significados añadidos al sistema.

Podría fundamentarse, entonces, que Café “Bolívar” es un signo o símbolo que resume un texto cultural de Manabí relativo a un sistema semiótico históricamente estructurado en torno a la caficultura, sus actores y el ambiente de campo en el que se ha desarrollado.

Dicho sistema registra significados añadidos en el tiempo, como por ejemplo identidad, gastronomía ancestral, atractivo turístico o la calidad de Jipijapa y Manabí como zonas cafetaleras reconocidas por su alta producción; o bien las costumbres de tostar, moler y “pasar” café que le dieron sentido tradicional a la preparación doméstico de una taza caliente de la bebida artesanalmente obtenida en su esencia y consumida casi como un ritual.

El café constituyó en el tiempo, de acuerdo a los datos que ya se han referido en esta investigación, un espacio en la vida económica, social y cultural influyente tanto en Manabí como en el país, sobre todo en la costa y a mediados del siglo anterior.

El café es un texto que recoge la agroexportación, el monocultivo, la migración, el trabajo familiar en las fincas, la bonanza, la decadencia económica, las relaciones sociales y otros tejidos que marcaron la manera de ser y producir del montuvio manabita.

El café arábigo no es de Manabí, no es de Ecuador, no es de América. Es del África y del mundo, pero su manera intensiva de cultivarlo en la provincia, el esfuerzo familiar para producirlo y el arte y los rituales expresados en el tostado, molido y “pasado” para consumirlo en un desayuno, en una merienda o en un velorio, contribuyeron a una idea de “café manabita” que simbólicamente

persiste en el imaginario cultural relativo a Manabí e influye hasta ahora en un interés de consumo.

En esta idea cabe citar que un estudio reciente realizado para analizar los atributos de calidad superior ligados a la producción de café, demostró que los consumidores estarían dispuestos a pagar más por un café tostado y molido que sea originario de Manabí y menos por uno de Colombia (Sepúlveda, 2015).

b) Café artesanal “Bolívar” como primeridad, segundidad y terceridad

La tríada símica consta de tres categorías que Peirce denomina Primeridad (Aquello que es como es positivamente y sin referencia a ninguna otra cosa); Segundidad (Aquello que es como es, con respecto a una segunda cosa pero con independencia de toda tercera) y Terceridad (Aquello que es como es en la medida que pone en mutua relación a una segunda cosa con una tercera).

Se agrega que la PRIMERIDAD es cualidad y posibilidad del signo (*un pueda ser, un quizá*); la SEGUNDIDAD es efecto y actualidad del signo (*lo que es aquí y ahora*); y la TERCERIDAD: es el signo como producto, probabilidad o necesidad (*lo que debería ser, según las circunstancias que existen 'aquí-ahora'*).

De esta manera el *Representamen* **Café “Bolívar”** viene a ser la **Primeridad** en cuanto a que **es una cualidad** (imagen-

afección) o un tipo de café que a su vez es una posibilidad (**artesanal**).

Café Bolívar como *Objeto* con elementos dinámicos (**elaboración, cultura, tradición**) causa el efecto (imagen-acción) de la **Segundidad** en su estado presente o su presentación (**tostado o molido**). Café Bolívar es un resultado o **producto manifiesto** de una **Terceridad** que plantea probabilidades al *Interpretante* (**café artesanal, café “pasado”**).

Gráficamente se puede expresar dichas categorías del constructo Café “Bolívar” en el siguiente esquema:

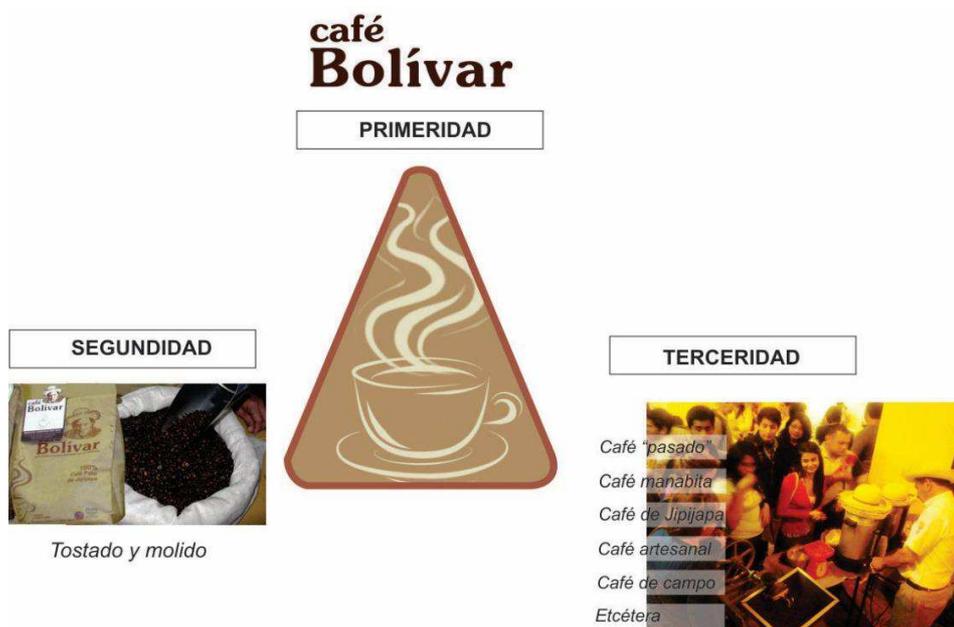


Figura 29. El signo café “Bolívar” como primeridad, segundidad y terceridad
Elaboración propia

c) Razonamiento **ABDUCTIVO** frente al Café artesanal “Bolívar”
como texto cultural

La imagen o el REPRESENTAMEN de un SIGNO no es precisamente la simple imagen, de acuerdo a Peirce, se refiere más bien a sus cualidades intrínsecas que pudieran ser elementos característicos, propiedades o estado de cosas. Se puede colegir que efectivamente el Signo “CAFÉ BOLIVAR” no es precisamente el logotipo o la tipografía de estas palabras (marca) ni los sonidos de su pronunciación, sino **todo lo que encierra como Representamen de un texto cultural: tradición, cultura montubia, técnica artesanal, café, café molido, calidad gastronómica, origen manabita, producto de Jipijapa**. La consistencia de una o más de estas propiedades dependerá de la relación mental (pensamiento) que establezca el intérprete con las mismas o en otras palabras que se conviertan en INTERPRETANTES.

Aclarando que, en lenguaje peirceano y de acuerdo a este mismo análisis, cuando nos referimos al INTERPRETANTE no estamos hablando de un individuo, sino de las **relaciones concretas o abstractas que devienen de la inmediatez o la dinámica de los OBJETOS que nos conducen a determinado SIGNO** y que éste los representa (Café “Bolívar” conduce y representa al café artesanal o al café “pasado”).

Pero un Interpretante en sí no es un efecto de una causa sino – a decir de Peirce- es una **INFERENCIA ABDUCTIVA**, de hecho, toda la teoría semiótica de Peirce conduce a entender que el pensamiento no es más que un proceso inferencial que se desarrolla mediante signos. Y un signo para Peirce no es información directa es un camino que conduce a objetos y relaciones mediante **abducción**.

En ese sentido, el Signo CAFÉ “BOLIVAR”, de acuerdo a *Pierce*, no nos conduciría de por sí al entorno del montubio manabita o del café artesanal (Inducción); o, el entorno del montubio o de la producción cafetalera no me lleva directamente al signo CAFÉ BOLIVAR (deducción).

Debe haber de por medio conocimientos previos (del campo, del montubio manabita, de la caficultura, del tueste del café, de Jipijapa, de Manabí, y más) que inferencialmente deben ser perfeccionados o **transformados por el pensamiento en *interpretantes*** para que **ahora sí CAFÉ “BOLÍVAR”** (Primeridad) **sea un *Representamen* y *producto de todo aquello*** (Terceridad), detrás del café tostado y molido artesanalmente (Segundidad), como *objeto dinámico*.

Sólo en este momento habremos llegado a la **ABDUCCIÓN** que **posibilita que CAFÉ “BOLIVAR” tenga la categoría de café artesanal manabita, tostado, molido y “pasado”**, uno de varios interpretantes que puede generar como signo. Interpretantes que a su

vez pueden ser nuevos signos: TURISMO, TRADICIÓN GASTRONÓMICA, CULTURA ANCESTRAL, PRODUCCIÓN, IDENTIDAD u otros; no en vano organismos oficiales manabitas y ecuatorianos propician la participación de Bolívar Mendoza Tobar y su Café “Bolívar” en eventos que abordan dichos tópicos.

En las siguientes páginas se adopta una matriz que recoge los preceptos de texto cultural (Lotman) y de Abducción (Peirce) , bajo la cual **se analizan las posibilidades abductivas de los mensajes contenidos en las piezas promocionales** de identidad manabita contruidos con la inclusión de la imagen de Café “Bolívar” y promovidos por organismos oficiales relacionados con el tema.

VEHÍCULO SÍGNICO	MENSAJE LINGÜÍSTICO	TEXTO ICÓNICO	TEXTO CULTURAL	INFERENCIA ABDUCTIVA
 <p data-bbox="302 879 936 1007">RECREACIÓN DEL CONSTRUCTO CAFÉ "BOLÍVAR" EN FERIAS y EN ESPACIOS PÚBLICOS DE PORTOVIEJO, MANTA Y JIPIJAPA (2013-2014)</p>	<p data-bbox="965 411 1077 507">Manabí, gobierno provincial</p> <p data-bbox="965 544 1137 667">Café Bolívar... con aroma y sabor mantiene viva la tradición.</p>	<p data-bbox="1173 411 1368 603">Recreación visual en espacio abierto del personaje Bolívar Mendoza, moliendo café tostado.</p> <p data-bbox="1173 639 1323 730">Fotografía del personaje en banner.</p> <p data-bbox="1173 767 1361 895">Logotipos: Manabí, gobierno provincial. Café "Bolívar"</p>	<p data-bbox="1391 411 1653 1002">-Sombrero de paja toquilla. -Vestimenta -Café tostado -Aroma del café tostado. -Sonido de la molienda -Saco de yute con café. -Molino de metal (mecanizado). -Pilón de madera con café seco -Cafeto -Recipiente de café molido. -Cafetera eléctrica</p>	<p data-bbox="1749 411 1966 571">Café tradicional de Manabí (Jipijapa), tostado, molido y "pasado" artesanalmente.</p> <div data-bbox="1597 555 1870 858" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>*Cultura montuvia *Caficultura *Manabí *Jipijapa *Campesino</p> </div>

 *Experiencias o conocimientos*

VEHÍCULO SÍGNICO	MENSAJE LINGÜÍSTICO	TEXTO ICÓNICO	TEXTO CULTURAL	INFERENCIA ABDUCTIVA
 <p>BANNER (2014) utilizado por el constructo "Café Bolívar" en sus exposiciones</p>	<p>Manabí, gobierno provincial.</p> <p>190 años Manabí</p> <p>Café Bolívar....</p>	<p>Fotografía de pie, personaje Bolívar Mendoza, manipulando granos de café sobre una mesa al interior de una vivienda con paredes de caña guadua.</p> <p>Logotipos: Manabí, gobierno provincial. 190 años</p> <p>Logotipo Café "Bolívar"</p> <p>Listones amarillo, azul y rojo. Fondo blanco</p>	<p>-Sombrero de paja toquilla. -Vestimenta -Café tostado. -Casa de campo -Manabí -Ecuador -Café</p> <div data-bbox="1529 671 1803 943" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 10px auto;"> <p>*Montuvio *Caficultura *Manabí *Casa de campo *Ecuador</p> </div>	<p>Montuvio caficultor. Importancia del café como producto en el campo y la historia de Manabí, Ecuador.</p>



Experiencias o conocimientos previos

VEHÍCULO SÍGNICO	MENSAJE LINGÜÍSTICO	TEXTO ICÓNICO	TEXTO CULTURAL	INFERENCIA ABDUCTIVA
 <p>Afiche digital (2013) Campaña “Ven a Manabí, te espero”</p>	<p>Manabí, tierra de oportunidades</p> <p>Ven a Manabí... te espero.</p> <p>www.manabi.gob.ec</p>	<p>Palabra “MANABI” conteniendo fotografías en cada letra, alusivas a la producción de: Cacao, ganado, pesca artesanal e industrial, agroindustria y café con la imagen característica de café “Bolívar”</p> <p>Imagen de fondo de campo y montuvio manabita con tonalidades azules y verde Listones amarillo, azul y rojo. Logo “Ven a Manabí, te espero”</p>	<p>-Productividad de Manabí. -Campo -Montuvio -Trabajo</p> <div data-bbox="1527 635 1803 813" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> <p>*Manabí *producción *Campo *Montuvio *Café, café “Bolívar”</p> </div>	<p>La Productividad de Manabí guarda Oportunidades y disfrute para los visitantes.</p> <p>(Café como uno de los principales potenciales productivos y Café “Bolívar” Como Imagen de este rubro.)</p>

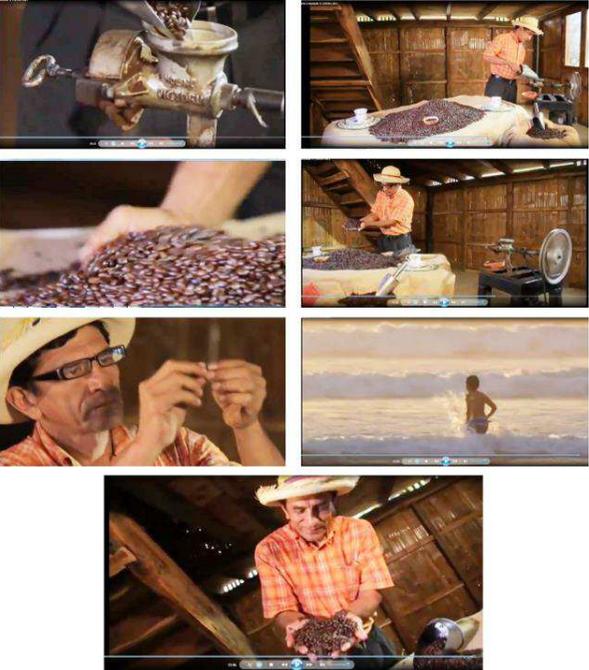
➔ *Experiencias o conocimientos previos*

VEHÍCULO SÍGNICO	MENSAJE LINGÜÍSTICO	TEXTO ICÓNICO	TEXTO CULTURAL	INFERENCIA ABDUCTIVA
 <p>Valla promocional (2014) Campaña “Ven a Manabí, te espero”, ubicadas en la parroquia Sancán del cantón Jipijapa; y en la parroquia Cascol del cantón Paján</p>	<p>Manabí es Todo.</p> <p>Ven a Manabí... te espero.</p> <p>Manabí, gobierno provincial</p> <p>@Gadmanabi</p> <p>facebook/ gobiernoprovinci aldemanabi</p> <p>www.manabi.gob.ec</p>	<p>Título en blanco “MANABI ES TODO”.</p> <p>Fondo a espacio lleno de imagen característica de Bolívar Mendoza manipulando granos de café al interior de una vivienda con paredes de caña guadua.</p> <p>Logos en fondo blanco: “Ven a Manabí, te espero” Manabí, gobierno provincial. Íconos de redes sociales con direcciones sobre franjas rojas.</p>	<p>-Manabí -Sombrero de paja toquilla. -Vestimenta -Montuvio -Café tostado -Casa de campo -Sancán (Jipijapa) -Cascol (Paján)</p>	<p>Manabí también es café.</p> <p>Jipijapa y Paján Como Zonas de producción Cafetalera en Manabí.</p> <div data-bbox="1568 606 1836 1069" style="border: 2px solid blue; padding: 10px; display: inline-block; margin-top: 20px;"> <p>*Manabí *producción *Campo *Montuvio *Caficultura *Café “Bolívar” *jipijapa *Paján</p> </div>

 *Experiencias o conocimientos*

VEHÍCULO SÍGNICO	MENSAJE LINGÜÍSTICO	TEXTO ICÓNICO	TEXTO CULTURAL	INFERENCIA ABDUCTIVA
<p data-bbox="297 400 898 496"><u>Video promocional de Manta (2012-2013) Campaña del GAD "Manta, el mejor socio estratégico" (04:46 a 04:58)</u></p> 	<p data-bbox="949 368 1122 783">(...) Los mantenses han buscado desde siempre desarrollar las bondades de un suelo fértil, que entre otros productos ofrece café de aroma que despierta el sueño de otros tiempos.</p>	<p data-bbox="1151 368 1379 1214">Secuencia de imágenes en las que se observan el café en cosecha y tostado; unos turistas extranjeros saludando desde un taxi y Bolívar Mendoza saludando desde su actividad de moler café, notándose que lo hace en espacio abierto teniendo de fondo una iglesia. Inmediatamente el café se ve cayendo al molino y después vertido como un chorro de bebida caliente en un vaso sobre un fondo de un tejido de yute. Sonido ambiental de naturaleza y de percusión.</p>	<p data-bbox="1408 368 1603 751">-cereza de café maduro -Café tostado -turistas -Sombrero de paja toquilla. -Vestimenta Montuvio -Iglesia de Jipijapa -Molino -Saco de yute -café caliente</p>	<p data-bbox="1693 368 1944 560">Manta como puerto de entrada y parte de la cultura ancestral del café tostado, molido y pasado de Manabí y originario de Jipijapa.</p> <p data-bbox="1720 632 1944 687">Manta, turísticamente atractiva</p> <div data-bbox="1585 762 1861 1166" style="border: 1px solid black; background-color: #4a86e8; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> <ul style="list-style-type: none"> *Manta *Manabí *Turismo *Naturaleza *Caficultura *Café tostado *Café filtrado </div>

 *Experiencias o conocimientos*

VEHÍCULO SÍGNICO	MENSAJE LINGÜÍSTICO	TEXTO ICÓNICO	TEXTO CULTURAL	INFERENCIA ABDUCTIVA
<p data-bbox="293 395 904 491">Video promocional de Manabi (2012-2013) Campaña del GAD-Manabi "Ven a Manabi, te espero" (05:22 a 05:33, 07:43 a 07:46)</p> 	<p data-bbox="949 368 1128 687">(...) Nada como disfrutar de una taza de café gourmet, hecho a base de granos finísimos que dejan un aroma especial en el ambiente.</p> <p data-bbox="949 727 1128 1007">(...) Ya conociste sus playas y el aroma del café... <i>(introducción del jingle oficial "Ven a Manabi, te espero")</i></p>	<p data-bbox="1151 368 1384 1182">Secuencia de imágenes con sonido ambiental del molino en que se ve el café tostado cayendo en el molino, y Bolívar Mendoza al interior de una casa de caña guadua en su actividad de moler café, notándose que lo hace con dedicación y conocimiento del grano. Casi al cierre del video se escucha el jingle de campaña, se mezclan tomas de playa, y finalmente se observa un primer plano de Bolívar Mendoza con el café tostado a manos llenas.</p>	<p data-bbox="1411 368 1608 783">-Molino, -Café tostado -Saco de yute con café -Sombrero de paja toquilla. -Vestimenta Montuvio -Casa de campo -Taza de café -Mesa con tendal -Playas Manabitas.</p>	<p data-bbox="1675 368 1948 459">Manabi como productor ancestral de un café de calidad y fino aroma.</p> <p data-bbox="1704 531 1946 587">Manabi, turisticamente atractiva</p>  <ul data-bbox="1603 791 1794 986" style="list-style-type: none"> *Manabi *Turismo *Naturaleza *Montuvio *Caficultura *Café artesanalmente tostado y molido *Café filtrado

 *Experiencias o conocimientos*

4.2. Análisis de los resultados con los potenciales sentidos o conflictos de significación del constructo café “Bolívar” como signo de comunicación intracultural.

Partiendo de la Semiósfera

De acuerdo al grupo de gestores culturales, caficultores y emprendedores entrevistados y a la información extraída de las fuentes primarias de esta investigación; el café tostado, molido y “pasado” configura una importante tradición y expresión cultural en Manabí, que se ha llevado a cabo, mayormente durante el siglo anterior, en las fincas y en los hogares, sobre todo campesino o de origen campesino con elementos característicos y autóctonos como el pilón, el horno de leña, el comal, la cuchara de mate o de palo; y otros artefactos incorporados de diferentes contextos pero que se volvieron particulares y recurrentes en la práctica de este saber ancestral como los viejos molinos metálicos “victoria” o “corona”, los pequeños filtros de aluminio o los frascos o botellas de vidrio (a veces reutilizados después de haber servido como envase de otros contenidos) donde se recolectaba y ponía en el centro de la mesa, la esencia del café para ser vertida en las tazas de agua caliente durante un desayuno o una merienda.

Históricamente el modelo agro exportador se apuntaló en la cultura montuvia de la costa, y de la misma manera la caficultura, como parte de ese modelo, apeló al trabajo y al saber del montuvio

manabita, especialmente el de estirpe cholo-indígena de la zona sur, convertida posteriormente en el principal centro productor del país.

A más de la siembra y cosecha; hombres y mujeres, indistintamente, han participado del proceso de la post cosecha. Los unos pilando el café seco o moliendo en gran cantidad el café tostado; y ellas –especialmente las matronas y las abuelas- tostando en el atardecer de un sábado o en la madrugada de un domingo, el café oro en los comales o preparando el “café de olla” para muchos jornaleros durante las cosechas del grano o para los comensales presentes en el velorio de un santo, una virgen o un difunto.

Esto ratifica, en teoría de Lotman, que ha habido en Manabí una semiósfera (ver *figura 23*) del café artesanalmente tostado, molido y “pasado” que incluye las migraciones ciudad-campo en tiempos que hubo auge de cosechas o de campo-ciudad en tiempos de sequías, inundaciones o crisis de los precios del producto.

Esto de alguna manera permitió la difusión del proceso y consumo interno del café artesanal a través de las cosechas -hechas a fuerza del conocimiento tradicional y escasa tecnología- en casi todos los cantones de Manabí, especialmente en Jipijapa, Paján, Santa Ana y 24 de Mayo.

Aún en la actualidad Manabí lidera en el país el cultivo del café y su actividad sigue siendo ejercida en un 55.8% por productores que llevan más de 20 años en la tarea y por lo tanto conservan un

elemento cultural muy importante al aplicar saberes tradicionales en sus procesos (Sepúlveda, 2015).

De aquella semiósfera, parten los sentidos que pueda reflejar o no el constructo café “Bolívar” en su mensaje semiótico de aporte a la identidad manabita, y que a continuación se analizan:

Sentido del mensaje lingüístico

Frases como Café “Bolívar”, “café tostado y molido”, “con aroma y sabor, mantiene viva la tradición”, “un aroma especial en el ambiente”, “café de aroma que despierta el sueño de otros tiempos”, “Manabí es todo” o “Ven a Manabí te espero” que han acompañado, entre el 2013 y el 2014, la exposición ferial o mediática de café “Bolívar” hablan de un constructo proyectado como signo de la caficultura ancestral que porta el sentido de un café manabita tradicional y apetecible como extracto y como bebida.

Sin embargo, es necesario detenerse a mirar si el término “Bolívar” es un interpretante que alude semánticamente a Jipijapa o a Manabí y por tanto causa en la mente de un manabita, la evocación de estos lugares como territorios cafetaleros o como el origen de un buen café.

Para Danny Zambrano, Dircom del GAD-Portoviejo y para Geovanny Ponce Mera, diseñador del área de comunicación del GAD-Manabí, sería mejor que la marca aludiera un término que

relacione producto (café tostado, molido y pasado) con productor geográfico (Manabí o Jipijapa) y no con su productor personal (Bolívar Mendoza), Ponce acota que debido a que existe un cantón Bolívar, podría generar confusión en las nuevas generaciones que no están al tanto del contexto en que se dio el auge cafetalero de Manabí, durante el siglo anterior.

Sin embargo, es necesario traer a colación lo dicho por Camilo Andrade Vera, creador de la línea gráfica de Café “Bolívar” quien afirma para esta investigación que el diseño del nombre y la marca no se levantó para identificar a Manabí sino a un personaje de Manabí que mantiene la tradición del café tostado, molido y “pasado”, y que, por cuya actividad, ya para el 2010 se lo consideraba como un ícono de Jipijapa.

En esto es importante referir el caso del famoso café colombiano Juan Valdez, cuyo nombre no alude al origen del producto ni representa a un apellido tradicional de caficultor colombiano alguno, sino que fue ideado para facilitar su pronunciación y mercadeo en el mundo. Juan Valdez es un signo convencional creado en 1959 para una campaña publicitaria que desembocó en un logo en 1981. El ícono Juan Valdez es interpretado desde el 2006 por un caficultor real de nombre Carlos Castañeda quien remplazó al actor Carlos Sánchez que lo había personificado desde 1969. Castañeda

es Juan Valdez y viaja por el mundo como embajador e imagen del reputado café colombiano (El País, 2014).

Para el caso de Manabí, lo importante entonces está en identificar o decidir quien lleva la batuta en la difusión del mensaje y su sentido: ¿la institucionalidad geográfica u oficial o el ente personal que creó el constructo para promover desde su natal Jipijapa este saber ancestral con su producto? Por ahora, el Gobierno Provincial de Manabí en una adecuada estrategia ha desligado la marca café “Bolívar” en las piezas promocionales sobre identidad y productividad manabita donde incluye la imagen del montuvio caficultor, personificado por Bolívar Vidal Mendoza Tobar.

Lo cierto es que al igual que Castañeda, Bolívar Mendoza ya ha sido catalogado como una especie “Juan Valdez ecuatoriano” por La Revista de Diario El Universo, que le dedicó un amplio reportaje en agosto del 2013 al igual que Manavisión que en septiembre de ese año lo calificó como un “apasionado del café que se convirtió en símbolo de Manabí”. Mientras que el periódico digital El Costanero lo reconoció como “el embajador de Jipijapa que promueve su cultura a través del café arábigo”.

Sentidos del mensaje icónico

El rostro estilizado de un montuvio con sombrero de paja toquilla, o el personaje mostrado en vivo vistiendo con camisa y sombrero montuvio, a veces con botas de hule, ambientado con un

molino tipo “corona”, sacos de yute llenos de café tostado, con un rústico pilón de madera, con una planta de café arábigo, con un horno de madera y comal y con fundas de café molido; evocan y visualizan icónicamente en su conjunto, esa manera tradicional y ese ambiente de campo en que se procesaba y consumía el café artesanal.

Sin embargo, el sentido que porta la puesta en escena del café artesanalmente tostado, molido y “pasado”, posiblemente es interferido por el sonido y la electricidad con que funcionan el molino y el filtro que se presentan en la recreación de café “Bolívar” y que no son manuales como antaño. Aquello seguramente hará ruido en los manabitas de las generaciones que crecieron con el café tostado, molido y “pasado” o que en su infancia alcanzaron a percibir este proceso artesanal de la mano de sus abuelas, tanto en el campo como en la ciudad. No obstante, la evocación se mantiene al visualizar la iconicidad de la escena visto el proceso ancestral como un conjunto.

Sentidos del mensaje cultural

Ya se demostró con la teoría de Lotman y los resultados de las entrevistas realizadas a fuentes secundarias vinculadas con el arte, la cultura montuvia, el patrimonio cultural, el estudio del saber ancestral y la reactivación productiva del café así como a quienes se vinculan a los procesos promocionales de la identidad manabita desde organismos oficiales; que el constructo café “Bolívar” es un texto cultural que porta un mensaje de **identidad** por el sombrero de

toquilla, los atuendos y aspecto montuvio del personaje que lo representa.

Así mismo guarda intrínsecamente el sentido de una **tradición** manabita al mostrar y recrear el proceso artesanal de elaboración y consumo del café tostado, molido y “pasado”.

De igual manera comunica la **productividad** de la provincia en tanto Jipijapa y Manabí son centros históricos de producción cafetalera; el **agro Turismo**, debido a que el personaje y su producto café “Bolívar” se proyectan como una tradición ancestral que ha desembocado en un atractivo turístico de la provincia; y, refleja la **gastronomía típica** de Manabí, en cuanto hay un concepto mental de “**café manabita**” asociado con **café “pasado”** que representa un acompañante ideal de bocados de maíz, plátano, maní o yuca; típicos de una merienda o un desayuno de campo o de una tertulia, incluso en los tradicionales velorios con café y rosca.

Sin embargo, todas las potencialidades de dichos sentidos pueden verse cuestionados por algunos hechos. Uno de ellos es que la producción de arábigo, base del café tostado y molido, ha ido a la baja en Manabí. De más de 82 mil hectáreas sembradas de café en el 2004 bajo a menos de 45 mil en el 2013, debido, entre otros factores, a que el maíz ha venido reemplazando los cultivos de café (Sepúlveda, 2015).

Este dato coincide con lo manifestado para esta investigación por el Presidente de la asociación agrícola 27 de junio, Pascual

Castillo, quien dijo que en la parroquia La América de Jipijapa los agricultores siguen sembrando más maíz que café por la cuestión de precios y los tiempos de cosecha. Como para reafirmar simbólicamente esta tendencia, en el 2008 el GAD-Jipijapa construyó un monumento al Maíz en la entrada sur del cantón pese a la inconformidad de voces que sostenían que debió levantarse una esfinge del café por ser un producto más emblemático de la zona (El Diario, julio 2008).

En todo caso para Sara Fernández, quien hasta febrero del 2015, fue responsable de las campañas de promoción turística de Manabí dentro del gobierno provincial, antes que hablar de una iconicidad del café a través de café “Bolívar” hay que trabajar en la cadena productiva del grano para después sí montar campañas comunicacionales y sobre todo las facilidades turísticas para que las personas de dentro y fuera de la provincia puedan conocer la siembra y el proceso artesanal del tostado, molido y “pasado” del café. (S. Fernández, comunicación personal, 13 de marzo de 2015).

Con ello coincide Bolívar Mendoza hijo, quien reconoce que café “Bolívar” tenía traspuesta la cadena productiva, pues se había realizado un buen marketing sin tener establecido un área de cultivo para garantizar a futuro la oferta a mayor escala de la taza del café que ha sido previamente tostado y molido. (B. Mendoza, comunicación personal, 21 de marzo de 2015).

Hoy cuentan con un predio de emprendimiento familiar con 4 mil plantas de café arábigo ubicado en el sitio Naranjal de Chade en el kilómetro 12 de la vía Jipijapa - 24 de Mayo, en plena ruta del café.

Con esta inversión se busca sustentar una especie de Coffee Tour para atender la demanda interna y externa de agroturismo y de turismo gastronómico.

Sara Fernández y otros entrevistados conforman el 75% de quienes sostienen además que cada vez es más difícil obtener café “pasado” en la provincia dada el creciente consumo de café soluble y la emigración campo-ciudad del montuvio. De acuerdo a Sepúlveda (2015) la comercialización de café tostado y molido no está en manos de los pequeños productores sino de las grandes cadenas de supermercados que operan en el país y en Manabí. Por su parte franquicias como Sweet & Coffe o Juan Valdez son las que lideran la oferta de café filtrado, aunque aún no operan en Manabí.

En contrapunto la arqueóloga Valentina Martínez (V. Martínez, comunicación personal, 19 de marzo de 2015) de la Florida Atlantic University, quien ha desarrollado importantes estudios etnográficos sobre el uso ancestral del horno manabita, sostiene que al ser Manabí la provincia más antigua en sembrar café, hace ya casi 200 años, hay todo un contexto cultural de su producción cafetalera y de la costumbre de tostar, moler, y filtrar café, a partir de la introducción de este cultivo agrícola en la región.

Es parte de un contexto histórico, geopolítico, social –insiste- “sería interesante rescatar la memoria de su uso (del café tostado y molido) dentro de dichos diversos contextos”.

Acota que beber café es un acto social, que se realiza dentro de un contexto cultural específico. Desde este punto de vista, el café ha construido relaciones e identidad en Manabí, con la distinción particular de su sabor y aroma únicos, dado el tipo arábigo introducido desde 1940, sobre todo en Jipijapa.

Concluye que no puede tomarse como un hecho la dificultad de conseguir café “pasado” en Manabí, dado a que la cultura de un grupo, y por ende sus tradiciones, siempre estarán sujetas a cambios y transformaciones por una variedad de razones. Por ejemplo, preferir el café instantáneo. El tema está en mantener una tradición, no solo consumiendo café filtrado artesanalmente sino preservando planificadamente su cultivo, su origen y todo su entorno geográfico cultural y económico.

Parafraseando a Sepúlveda (2015) el origen y proceso del café tostado y molido en Manabí es fuerte como tradición y mensaje cultural que respaldaría incluso su oferta comercial y el futuro de la calidad de vida de quienes lo sigan produciendo.

En este punto el estudio de Sepúlveda (2015) sobre los atributos de calidad superior ligados con la producción de café en Manabí, revela que los caficultores están poco interesados en un

cambio definitivo hacia otros cultivos, hecho que se atribuye a que la caficultura representa una tradición en la provincia.

Esta actitud de los agricultores sumado a iniciativas como la ruta del café diseñada por el Gobierno Provincial y que abarca 9 kilómetros desde Chade hasta Pisloy en Jipijapa; el coffee Tour de Bolívar Mendoza o los eventos de difusión, recuperación y mantenimiento de los saberes ancestrales como “Soy de Manabí”, son el tipo de acciones que sugiere Valentina Martínez para preservar la tradición identitaria del café, tostado, molido y “pasado”.

Café “Bolívar” puede consolidarse como el vehículo signico e interpretante de la recuperación y transmisión de este saber ancestral hasta que la cadena de valor del café sea consolidada por los organismos que se involucren en el proceso.

4.3. Comprobación hipótesis

La hipótesis planteada para la presente Tesis de Grado fue la siguiente:

El proceso artesanal y el simbolismo del café “Bolívar” generan significados pertinentes que permiten comunicar el tueste y molido del grano y el consumo de café “pasado”, como expresión de intracultura en Manabí.

Al finalizar la presente investigación se ha podido obtener los siguientes resultados que permiten verificar la hipótesis planteada:

a). Proceso artesanal y simbolismo de café “Bolívar”

Desde la doble codificación del signo que propone Eco, Café “Bolívar” es un signo codificado, primero por su promotor quien reconoce y recrea los elementos y el ambiente que tradicionalmente han intervenido en el proceso artesanal del café tostado, molido y “pasado” para generar su propio producto y constructo simbólico de tradición; y después, también ha sido codificado icónicamente por el creador de la línea gráfica con una representación visual del personaje Bolívar Mendoza Tobar, como interpretativo del montuvio caficultor que mantiene la tradición del café tostado, molido y “pasado” propia de los campos manabitas.

c) Los significados pertinentes

Café “Bolívar”, como todo signo, está en el lugar de otra cosa por algo y para alguien. Está en lugar del café tostado, molido y “pasado”, por ser la caficultura y el café artesanal una expresión ancestral que se ha mantenido en el tiempo para la evocación y valoración de los manabitas o de quienes de alguna forma se han relacionado con su cultura.

En el análisis semiótica, desde la teoría de Pierce, quedó en evidencia una serie de inferencias SIMBÓLICAS atribuibles al constructo café “Bolívar”, tales como:

- Manabí
- Jipijapa
- Montuvio
- Caficultura
- Saber ancestral
- Café artesanal
- Café “pasado”
- Café tostado y molido
- Café manabita
- Café de Jipijapa
- Café de campo
- Gastronomía ancestral
- Agro Turismo
- Producción cafetalera, entre otros.

También se demostró que el constructo Café “Bolívar” opera como ÍCONO codificado del rostro del montuvio caficultor personificado por Bolívar Vidal Mendoza Tobar; e ÍNDICE de la cultura montuvia y cafetalera de Manabí dada su vestimenta y los elementos que recrean su exposición del café tostado, molido y “pasado”.

d) Comunicación de una expresión intracultural

Café “Bolívar” es un signo convencionalizado en los espacios públicos de Jipijapa, Manta y Portoviejo, donde su promotor expone y transmite a los transeúntes un mensaje de tradición e identidad con su producto.

El signo café “Bolívar”, también ha sido convencionalizado dentro del discurso de identidad manabita promovido al interior de la provincia, especialmente por el Gobierno Provincial de Manabí, mediante los vehículos sígnicos, sean éstos mediáticos o exposiciones feriales.

Cabe recordar que al interior de la provincia, el discurso de la identidad toma fuerza en el mes de junio, denominado del manabitismo, celebración creada mediante una ordenanza, a decir de la viceprefectura, para rescatar todos los valores ancestrales y costumbres de los manabitas, cuyo principal escenario es el festival “Soy de Manabí”. Allí se exponen la parte productiva y las tradiciones e identidad de todas las zonas de Manabí. Así, por ejemplo, en el 2013 y 2014 caficultores de la zona sur como Bolívar Mendoza Tobar promovieron el café tostado, molido y “pasado”.

Para María de los Ángeles Gómez, técnica de turismo del Gobierno Provincial de Manabí, café “Bolívar” representa con su puesta en escena al montuvio manabita y a la vez la parte productiva del café y ratifica que las ferias que se organizan

dentro de Manabí por lo general se vinculan con el mes del manabismo y por tanto se realizan para fortalecer identidad, costumbres y raíces de los manabitas. (M. Gómez, comunicación personal, 13 de marzo de 2015).

Bajo esta premisa cabe recordar que el mantenimiento, rescate y transmisión de saberes ancestrales es el enfoque de lo intracultural entendido como la valoración propia de una cultura (manabismo con todos sus elementos) dirigida a fortalecer la identidad del grupo (Aparicio Gervás y Delgado Burgos, 2014), en este caso los manabitas.

Lo comunicante entonces de la intracultura a través del constructo café “Bolívar” pasa por asumir el rol, bajo el impulso de espacios y organismos oficiales, de recuperador y transmisor del saber ancestral del café tostado molido y “pasado”.

Las evidencias explicadas, así como las posibles significaciones contradictorias, descritas en el apartado presente, ratifican que la hipótesis de esta investigación tiene pleno asidero en las teorías semióticas de Peirce, Lotman y Eco y en los resultados ya analizados en el presente capítulo que sustentan al café artesanal “Bolívar” como un signo comunicante de un mensaje intracultural.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Desde el Objetivo general:

Analizar teóricamente la pertinencia del café artesanal “Bolívar” como signo de comunicación intracultural en Manabí.

Analizadas las teorías, conceptos y opiniones que abordan la semiótica, la cultura montuvia, la caficultura; se concluye que la vestimenta montuvia y el sombrero típico del campesino caficultor manabita, así como la práctica ancestral del café artesanalmente procesado está recogida en la recreación constituida en el café artesanal “Bolívar”, tostado y molido dentro de un contexto tradicional.

Dicho constructo opera como vehículo signico que evoca aquella tradición artesanal y la comunica simbólicamente en espacios físicos y mediáticos al interior de la provincia, siendo en cierta medida, una expresión de recuperación y transmisión de un saber identitario o de “algo manabita” hacia los propios manabitas y por tanto expuesto como un diálogo intracultural.

Desde los objetivos específicos:

- ***Identificar el aporte del consumo de infusión de café tostado, molido y “pasado” artesanalmente, al constructo identitario de Manabí.***

Organismos oficiales y entendidos en materia cultural y de identidad manabita asumen que existe en la memoria colectiva de la provincia, una idea de café “pasado” como sinónimo de “café manabita” con lo cual aún se relaciona a la provincia con la caficultura y con un café ancestral distintivo.

Para gestores culturales, caficultores y emprendedores entrevistados y las fuentes primarias de esta investigación; el café tostado, molido y “pasado” es una expresión cultural en Manabí, asociada a elementos autóctonos como el pilón, el horno de leña, el comal, la cuchara de mate o de palo; y otros artefactos incorporados de diferentes contextos como los viejos molinos metálicos “corona”, los pequeños filtros de aluminio o los envases de vidrio donde se recolectaba y ponía en el centro de la mesa, la esencia del café para el desayuno o la merienda.

Dicha expresión añade en el tiempo otros significados como gastronomía ancestral, atractivo turístico o la calidad de Jipijapa y Manabí como zonas cafetaleras de alta producción; o bien sentido tradicional a la preparación doméstica de una taza de café consumida como un ritual.

- ***Evaluar si el concepto “Café Bolívar” se asocia eficientemente al concepto de identidad de Manabí.***

Café “Bolívar” ha sido, entre el 2013 y el 2014, un vehículo signíco recurrente del discurso de la identidad manabita promovido desde el Gobierno Provincial sin más mediación que celebrar en junio la identidad y las expresiones culturales de la provincia por el mes del manabitismo.

A Bolívar Mendoza Tobar y su producto Café “Bolívar”, le atribuyen una potencialidad representativa de cómo se vivía en Manabí la cultura del café “pasado” de la mano del auge cafetalero, sin embargo, en cierta medida se sugiere mantener, en el largo plazo, la tradición más allá de este nombre.

Desde lo semiótico el constructo se “apropia” de la tradición del café en Manabí y funciona como objeto comunicante de tradición, gastronomía y turismo ecológico, con lo cual se infiere que Café “Bolívar” es una imagen icónica del café y del montuvio de Jipijapa y de Manabí, aportando a un mensaje cultural de identidad y tradición, evocativo del ambiente de campo en que se ha desarrollado la caficultura.

- ***Determinar desde la socio semiosis si los elementos de la retórica visual de “Café Bolívar” pueden operar eficientemente en la dialógica intracultural manabita.***

Café “Bolívar” que puso de regreso el café tostado, molido y “pasado” en las calles de la provincia y en las añoranzas de las generaciones que crecieron o nacieron con la caficultura, el pilón, el molino o la esencia que recrea Bolívar Mendoza con su vestimenta y sombrero típico de Jipijapa.

Este discurso de identidad proyecta un acto de comunicación socio semiótica regido por los códigos del café tostado, molido y “pasado” que circulan en la semiósfera de la caficultura ancestral en forma de ícono, índice y símbolo.

La imagen estilizada del rostro de Bolívar Mendoza viene a ser el ÍCONO del montuvio de Jipijapa o de Manabí, caficultor o productor de café artesanal. En tanto que ese mismo personaje visto en su naturaleza, actividades y con unos atuendos (camisa fresca y ligera, sombrero de paja toquilla) es ÍNDICE de la cultura montuvia de la costa ecuatoriana y de Manabí y del aroma y proceso del café artesanalmente seleccionado, tostado, molido y filtrado; y tradicionalmente consumido en las fincas cafetaleras y casas de la provincia, para amainar el frío o acompañar los bocados de un desayuno típico, una merienda, o degustarlo en un velorio.

El Representamen Café “Bolívar” se convierte entonces en el SÍMBOLO convencional de todas aquellas relaciones dialógicas de intraculturalidad.

Café “Bolívar” es un texto que sintetiza los diversos sistemas semióticos que le son propios, y que registra una especie de memoria histórica del café artesanal con significados añadidos en el tiempo.

- ***Analizar las estrategias consideradas por el Gobierno Provincial de Manabí u otros organismos oficiales para promover a Manabí a través de la imagen de Café Bolívar.***

Instituciones como los GAD’S provincial y de Manta, Jipijapa y Portoviejo, decidieron por cuenta propia promover el Café artesanal “Bolívar” asociándolo como imagen e identidad de Manabí, por ser una idea “llamativa”, “recreativa” o “evocativa” de la época dorada del café en Manabí o de su carácter como región cafetalera

Es concluyente también que dado el marco legal que desde la constitución manda a recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales y dispone a los Gobiernos Autónomos Descentralizados desde el Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD, promover la diversidad cultural y preservar los saberes ancestrales; entidades como el GAD-Manabí o el GAD-Manta han promovido un discurso identitario de manabismo, incorporando la producción cafetalera y el saber ancestral del café “pasado” como un texto simbólico de productividad y de identidad que ha aparecido en eventos de tradiciones como el Festival “Soy de Manabí” o en ferias o promociones mediáticas de las potencialidades turísticas de la

provincia, tales como la Feria Internacional de Turismo del Ecuador, FITE; o el programa institucional televisivo “Ven a Manabì, te espero”.

En el 2013, el GAD-Manta también consideró el texto del café artesanal y la imagen de Bolívar Mendoza, dentro del discurso audiovisual promocional del cantón a nivel internacional y como puerto de entrada a una riqueza regional diversa.

- ***Proponer alternativas que potencien el diálogo intracultural a través del café tostado y molido.***

Pese a la disminuida producción cafetalera y reducida oferta y consumo de café “pasado”, Manabí sigue liderando las áreas cultivables de café en el país, por lo que han surgido iniciativas para promover mediante un “Circuito del Cafè” su aprovechamiento como atractivo turístico a través de los procesos ancestrales del tostado y molido del grano y de la reactivación de toda la cadena productiva.

El arte y los rituales expresados en el tostado, molido y “pasado” para consumirlo en un desayuno o en una merienda, contribuyen aún a una idea de “café manabita” que simbólicamente persiste en el imaginario cultural relativo a Manabí e influye hasta ahora en un interés de consumo.

Estos hechos tangibles inducen a la conclusión de que es necesario una alternativa de divulgación de este texto cultural a través del cual se fomente el diálogo interno de lo manabita entre los manabitas, sobre todo de las actuales generaciones, para que pueden

reconocer el saber ancestral del café artesanal como un argumento válido de identidad que motive a la recuperación y mantenimiento de sus valores y significaciones.

Una iconografía o la iconicidad de los elementos del café artesanal pueden operar como un perceptor y transmisor visual de esta tradición, partiendo de que la experiencia de “Café Bolívar” ha sido pertinente como signo de comunicación intracultural de este saber tradicional.

5.2.Recomendaciones

Es recomendable que el Gobierno Provincial de Manabí, el GAD-Manta y el GAD-Jipijapa, y Café “Bolívar”, representado por Bolívar Mendoza Tobar, lleguen a una definición sobre el rol que les corresponde a cada cual, en la recreación de los textos culturales, en torno a la producción y consumo del café artesanal, para construir un mensaje más aproximado -en sus elementos simbólicos- a los utilizados en el origen y en el ambiente de campo en que antaño se desarrolló este saber y esta costumbre.

El Gobierno Provincial de Manabí y especialmente los GAD de Jipijapa, Paján, 24 de Mayo y Santa Ana, deben convocar el aporte de estudiosos de la identidad manabita y de la producción cafetalera para que sus visiones fortalezcan los textos lingüísticos, icónicos y culturales entorno al café tostado, molido y “pasado”, y, que ameritan ser

valorados y reconocidos como una expresión cultural legítima, sobre todo por las nuevas generaciones.

El Instituto Nacional del Patrimonio Cultural, Regional 4, debe también emprender o auspiciar un estudio etnográfico de la producción y uso del café tostado y molido en las poblaciones montuvias que históricamente adoptaron este cultivo y este saber en su estructura socio económica, con la finalidad de proyectarlo como patrimonio inmaterial de la provincia y del país.

A partir de la propuesta de Café “Bolívar”, se debe consolidar un discurso icónico que reúna los elementos más representativos de la producción y consumo de café artesanal, tostado, molido y “pasado” y del ambiente natural de las poblaciones asentadas en el Circuito del Café, diseñado por el Gobierno Provincial de Manabí, a fin de crear y difundir en todos los medios posibles una construcción simbólica visual que sea representativa y altamente ilustrativa del café como producto cultural e identitario.

Ese mismo simbolismo se recomienda montarlo en una puesta en escena que sea reproducida por las comunidades del Circuito del café dentro de fincas y paraderos donde los visitantes locales y de fuera de Manabí, puedan conocer la historia y el modo ancestral de producir y consumir el café “pasado”.

En atención al objetivo 5 del Plan Nacional del Buen Vivir que demanda una *constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan*; a la normativa de la Senescyt que promueve el Diálogo de Saberes que comprende en su literal c) *la revitalización, promoción y protección de los conocimientos tradicionales*; y, finalmente en sujeción a la Ley Orgánica de Educación Intercultural que propugnan *la recreación de las diferentes nacionalidades, culturas y pueblos y el diálogo intercultural e intracultural*; las Universidades manabitas en coordinación con las entidades del sector educativo medio y básico, deben fomentar:

La transformación del texto cultural semiótico del café tostado, molido y pasado en un texto artístico de tercer orden (Luri Lotman) mediante el montaje de una danza costumbrista que recree, recupere y mantenga, entre niños y jóvenes, la historia y el saber ancestral del café, desde la producción del grano hasta obtener la esencia y servir la taza de café, pasando por el pilado artesanal, el tostado en los fogones y comales por parte de las abuelas, el molido y filtrado, en los tradicionales molinos de metal y coladores de aluminio; todo bajo un concepto de ambiente familiar, de campo, de desayunos, tertulias y creencias con el acompañamiento de una taza de café “pasado”.

Finalmente, y considerando que como reputación cafetalera de la provincia, persiste un “café manabita” en la mente de los consumidores asociado con el café “pasado” se recomienda utilizar la

iconicidad resultante del simbolismo que se vaya a construir, para la recreación visual y audiovisual y la puesta en escena en los paraderos del Circuito del Café; en los empaque o etiquetas del café tostado y molido que sea producido en las fincas por pequeños productores. Este constructo icónico operará como una especie de “Certificado de Origen” que le atribuye al producto la calidad de un “café manabita”.

Finalmente, y en atención a la actual Ley Orgánica de Comunicación, se recomienda que los medios de comunicación, sobre todo los audiovisuales e impresos, tomen el contexto cultural y semiótico de la caficultura ancestral para desarrollar contenidos que fortalezcan la intraculturalidad manabita.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

CONSTRUCCIÓN DE SIMBOLISMO ICONOGRÁFICO DEL CAFÉ TOSTADO, MOLIDO Y “PASADO” COMO SABER Y PRODUCTO ANCESTRAL EN MANABÍ.

6.1. Justificación

El café es un cultivo que, de acuerdo a investigaciones sobre el tema, a fines de la colonia e inicios de la república (1800-1860) ya se cultivaba de manera incipiente en Manabí, consolidando su producción a través de pequeñas unidades productivas o fincas a partir de 1930. Casi cuatro décadas después, 1968, la provincia ya era la principal región de producción cafetalera del país (Ferrín, 1989). El café arábigo, fue hasta ahora la variedad principal cultivada en Manabí, siendo este tipo de grano, la base del café tostado y molido. Aunque el grueso de la producción estuvo destinado a la exportación del grano. La demanda de mano de obra en tiempos de altas cosechas generó una movilidad migratoria interna de familias del campo o venidas de la ciudad, que llegaban a fincar a los cafetales manabitas, cuya tarea temporal determinó la costumbre de consumir el café “pasado” que previamente había sido molido y tostado para acompañar los desayunos y las meriendas de los jornaleros, también las tertulias de las familias y ritos como los velorios.

Con el tiempo y con las migraciones campo-ciudad por las sequías, inundaciones y caída de los precios y la producción de café, la costumbre

de tostar, moler y “pasar” café se diseminó por la provincia, siendo común encontrar en las casas fogones de leña, comales u ollas de barro, molinos manuales y pequeños filtros de aluminio, típicos para la elaboración, extracción de esencia y consumo de café “pasado”.

En los últimos años este saber ancestral ha sido considerado como inspirador de identidad y sentido de pertenencia en los discursos y escenarios donde se promueve la filosofía del manabismo por parte de organismos oficiales como el Consejo Provincial de Manabí, a través de eventos y piezas de comunicación orientadas a la recuperación, difusión y conservación de las tradiciones de la provincia, como por ejemplo, el festival denominado “Soy de Manabí” o la feria productiva “Con olor a café”, ambas de edición anual y abierta al público.

La tradición del café, tostado, molido y “pasado” ha sido tomada también como uno de los elementos de promoción de los atractivos turísticos de Manabí y de algunos de sus cantones como Jipijapa, Paján, 24 de Mayo, Santa Ana o Manta. El constructo café “Bolívar” con su promotor Bolívar Mendoza Tobar, personificando al montuvio caficultor de la zona sur, ha sido un argumento recurrente de ferias exposiciones del Turismo, por su puesta en escena de la producción artesanal del café tostado y molido y por la vinculación del café “pasado” con la gastronomía manabita al ser un acompañante tradicional de bocados típicos como la tortilla de maíz, la salpieta o el plátano asado.

De otro lado hay una evocación del café “pasado” como sinónimo de un “café manabita” especial en su aroma y sabor que lo refuerza como

argumento de tradición, identidad y atractivo para quien se interesa en el turismo experiencial y agroturismo.

Todo aquello apunta que, pese a la decreciente productividad del grano, la reputación del “pasado” cafetalero de Manabí sigue intacto y su huella cultural continua vigente e influyendo en las posibilidades productivas y comerciales del “café manabita”.

Según revela un estudio reciente (Sepúlveda, 2015), existe una latente necesidad de impulsar el reposicionamiento del café tostado y molido a través de los pequeños productores de la provincia, sugiriéndose asociar la imagen del producto con su manera artesanal de producción en fincas familiares y agroforestales y con el argumento “Originario de Manabí”, operando como certificación de calidad.

Estas interesantes proyecciones del café “pasado” hacen caer en cuenta en la necesidad de contar con una caracterización iconográfica que traduzca visualmente el concepto artesanal del café tostado y molido de Manabí y la tradición de su consumo a fin de que se lo reproduzca en piezas audiovisuales de promoción de la identidad manabita, en puestas escénicas demostrativas de este saber ancestral, y en los empaque y etiquetas del café elaborado artesanalmente en las pequeñas fincas, sobre todo del circuito cafetero que hoy se promueve desde la zona sur de Manabí.

La construcción de esta iconografía se justifica plenamente porque sin duda se constituirá en un recurso valioso del fortalecimiento identitario de

Manabí, tanto en su componente productivo como en sus saberes y tradiciones, sobre todo entre las nuevas generaciones.

6.2. Fundamentación

Esta propuesta se fundamenta en los resultados obtenidos en la presente investigación, que nos remiten a un estimado nivel de importancia que aún tiene en Manabí, la caficultura, el proceso artesanal y el saber y consumo ancestral del café tostado, molido y “pasado”.

Se visualizó también que hay un texto cultural en torno al café tostado, molido y “pasado” que está siendo tomado en cuenta en los discursos de identidad manabita, por lo que existe una necesidad latente de fortalecer las iniciativas particulares y de organismos oficiales, de reposicionar la influencia productiva y cultural que antaño tuviera el café en la economía y en la sociedad provincial.

La implementación de la propuesta se apoyará también en el actual marco legal constitucional, educativo, de los gobiernos locales y del Buen Vivir, que se muestran propicios para promover el diálogo intercultural e intracultural, la circulación de los elementos simbólicos que nos representan, así como la revitalización, promoción, protección y recreación de los conocimientos tradicionales, culturas y saberes ancestrales.

Cuerpos legales como el COOTAD, la Ley Orgánica de Educación Intercultural; y organismos como el INPC y la Coordinación de Saberes Ancestrales de la SENESCYT, entre otros, se orientan hacia dichos propósitos.

6.3. Objetivos

6.3.1. General

Construir un simbolismo icónico que resuma el saber ancestral del café tostado, molido y “pasado” como el “café manabita”.

6.3.2. Específicos

- Caracterizar el café tostado, molido y “pasado” como saber y producto ancestral en Manabí como una iconicidad.
- Interpretar icónicamente los principales elementos, instrumentos y ambientes sociales y naturales que intervienen históricamente en el proceso artesanal del café tostado, molido y “pasado”.
- Aportar, desde el texto icónicamente construido, al discurso productivo, turístico, cultural e identitario de Manabí.

6.4. Importancia

La cultura de un colectivo, y por ende sus tradiciones, siempre estarán sujetas a transformaciones por diversos motivos. Hace ya varios años, el café instantáneo (liofilizado) ha ganado preferencia en la mayoría de ecuatorianos y por ende en los manabitas. Mantener una tradición como el proceso y consumo de café tostado, molido y “pasado”, amerita tomar las medidas necesarias para su salvaguarda. Esto implica planificar y movilizar acciones, en este caso para fortalecer el discurso identitario con los valores y saberes que aún aporta la caficultura en Manabí. He ahí la importancia y trascendencia de esta propuesta que

busca ayudar al diálogo intracultural a través del café tostado, molido y “pasado”.

6.5. Ubicación sectorial

Esta propuesta se llevará a cabo en el Ecuador, en la provincia de Manabí. Focalizando algunas acciones en el cantón Jipijapa y en el denominado “Circuito del Café” (comunidades Chade-Naranjal-Pisloy).

6.6. Factibilidad

Esta propuesta presenta una debida factibilidad técnica, económica y operativa.

Técnicamente se aplicará conocimientos validados de análisis semiótico, sistemas icónicos, así como los recursos que permitan la interpretación y traducción gráfica y el logro visual del simbolismo que represente el saber y consumo ancestral del café tostado, molido y “pasado”. En este aspecto son importantes los softwares y dispositivos de digitalización.

En el aspecto económico se aplicará autogestión y auspicios logísticos de organismos directa e indirectamente vinculados a los objetivos y resultados planteados en la presente propuesta.

La factibilidad operativa es posible gracias a que últimamente en Manabí se están impulsando proyectos de reactivación de la caficultura y de la promoción del café tostado, molido y “pasado” como parte del discurso de la identidad manabita y de los atractivos turísticos de la

región. El “circuito del café” también llamado ruta del café, es un ejemplo.

Aquello facilitará un acceso oportuno hacia los lugares, actores y programas que aún se involucran en la actividad del café, con el fin de reconstruir fiel y adecuadamente el escenario y el proceso que a través del tiempo se ha venido dando en la producción y consumo artesanal del café tostado, molido y “pasado”. Sin duda esto facilitará también la caracterización iconográfica propuesta.

6.7. Descripción de la propuesta

La presente propuesta trata sobre la identificación y el levantamiento de una iconografía que simbólicamente resuma y represente el saber ancestral y consumo del café tostado, molido y “pasado” en Manabí.

Para su validación como constructo visual y simbólico se apelarán a tres dimensiones semióticas que guiarán su construcción:

Dimensión icónica: Relacionada con las imágenes traducidas del proceso

Dimensión interpretativa: Relacionada con los códigos que proyectan al café tostado, molido y “pasado” como un acto de comunicación cultural.

Dimensión social: Relacionadas con las estructuras culturales en torno al café tostado, molido y “pasado” como saber ancestral.

6.7.1. Metodología

Para esta propuesta se aplicarán los métodos analíticos, deductivos e inductivos y observaciones exploratorias con las que se obtendrán resultados eficaces.

Se visitarán fincas cafetaleras y se observarán in situ el cultivo del grano y en los casos que sea posible, el proceso artesanal del café tostado, molido y “pasado”.

Se hará un reconocimiento de la ruta del café, sus principales comunidades y plantaciones.

Se reconstruirá y recreará el proceso del café tostado, molido y “pasado”, reconociendo y aplicando los elementos que tradicionalmente intervienen en el ejercicio de este saber.

Se harán entrevistas no estructuradas a actores y emprendedores vinculados a la caficultura, gastronomía ancestral y promoción de la identidad manabita.

Se hará test de prueba a los bocetos de la iconografía proyectada como símbolo del saber ancestral

del café tostado, molido y “pasado”. De acuerdo a los resultados se validará la caracterización icónica final.

6.8. Descripción de los beneficiarios

Esta propuesta busca beneficiar principalmente las actividades productivas y de agroturismo de las **comunidades y caficultores asentados en el “Circuito del Café”**. Sin embargo, el beneficio será para toda la provincia en función de los productos comunicaciones y promocionales de la identidad productiva y cultural de Manabí, que se generen a partir de la iconografía lograda.

6.9. Plan de Acción y actividades

- Observación y registro audiovisual y fotográfico del proceso en fincas y/o lugares elegidos. Entrevistas a actores vinculados con el proceso.
- Registro audiovisual y fotográfica del “Circuito del Café”
- Visita y Traducción y Construcción iconográfica del proceso
- Test de prueba y presentación final de la iconografía

6.9.1. Cronograma de actividades de aplicación de la propuesta

ACTIVIDADES	Julio 2016			
	Primera semana	Segunda semana	Tercera Semana	Cuarta semana
1.-Conformación del equipo de trabajo, gestión logística y elaboración de instrumentos para el trabajo de campo de la propuesta.	X			
2.- Registro audiovisual y fotográfico del proceso artesanal del café tostado, molido y "pasado" y del "Círculo del Café"		X		
3.- Entrevistas a actores vinculados con el tema y construcción iconográfica preliminar.			X	
4.- Test de prueba y presentación final (*) de la iconografía.				X

(*) La presentación final se la haría en el mes de agosto del 2016.

6.10. Administración y Recursos

Humanos: Equipo de trabajo del proyecto conformado por un analista de comunicación, un camarógrafo-fotógrafo, un diseñador-editor, un asesor cultural.

Logísticos: Video cámara, procesador, software de diseño y edición, transporte.

Actores de la caficultura, personalidades y ciudadanía de Manabí

La administración del proyecto estará bajo la responsabilidad del autor de la presente propuesta.

6.11. Financiamiento y presupuesto

ÍTEM		TOTAL
1	Equipos tecnológicos	\$1.000,00
2	Movilización	\$200
3	Registro y edición de material fotográfico y videográfico	\$600
4	Trabajo de campo (entrevistas y observaciones)	\$400,00
5	Levantamiento visual, prueba y presentación de iconografía.	\$600,00
TOTAL		\$2.800,00
FINANCIAMIENTO		Recursos propios y autogestión

6.12. Evaluación

- Se efectuará al interior de la provincia una medición de reconocimiento e impacto (sondeo ciudadano) una vez que tenga un tiempo importante de difusión por diversos vehículos sígnicos.
- Se promoverá la retroalimentación con autoridades y actores del proceso, respecto a los alcances de la iconografía como parte de los discursos de identidad productiva y cultural de Manabí.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCÍVAR, Karen. (25 de junio 2014). La identidad del manabita. El Diario, p. 2B
- AMODIO, Emanuel. (2006). Cultura, comunicación y lenguaje. Caracas: IESALC, UNESCO
- ANDRADE Palma, Manuel. (18 de mayo del 2013). Etnicidad y ancestralidad de Picoazá, aportación a la teoría-concepto Manabí. [Artículo en un blog]. Recuperado de: <http://fundacionmanuelandrade.blogspot.com/2013/05/etnicidad-y-ancestralidad-de-picoaza.html>
- APARICIO Gervás, J.M. y Delgado Burgos, M.A. (2011). *Multiculturalidad, interculturalidad e intraculturalidad: Tres conceptos de intervención social que coexisten en la sociedad latinoamericana del nuevo milenio*. Entre dos Orillas. Revista transnacional para la convivencia intercultural (pp. 11-16). Año V.nº9. Burgos: Editorial Gran Vía. España
- APARICIO Gervás, Jesús María y Delgado Burgos. (2014) María Ángeles; *La educación intercultural en la formación europea y latinoamericana*. Segovia, España: Itamud-Fified
- ARBOLEDA Vaca, María. (2015). Perspectivas e implicaciones del término “montuvio”. Mata, D. (Presidencia). Panel Foro: Conociendo el

cambio ortográfico y de concepto de la palabra Montubio por Montuvio. Panel llevado a cabo en Portoviejo, Ecuador.

- ARRIAGA-RODRÍGUEZ, Juan Carlos. (2013). Tres tesis del concepto frontera en la historiografía. *Cuadernos de trabajo de posgrado. Historia moderna y contemporánea Doctorado*. Instituto Mora. pp. 9-47.
- ARTESANOS AÚN CONSERVAN SU LEGADO. (7 de septiembre del 2014). El Diario. Recuperado de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/328683-artesanos-aun-conservan-su-legado/>
- AYALA Mora, Enrique. (2002). *Ecuador, patria de todos. La nación ecuatoriana, unidad en la diversidad*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.
- BARTHES, Roland. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona, España: Ed. Paidós.
- BARONA, Jorge. (24 de agosto 2014) El montubio y sus tradiciones, vigentes en la cultura de la costa ecuatoriana. Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/montubio-sus-tradiciones-vigentes-cultura-costa-ecuatoriana.html>
- BILBENY, Norbert. (2002). *La possibilitat d'un diàleg entre cultures*. Barcelona, España: Editorial Mediterrània.
- BRUCHOT, Mauricio. (1986). Signo y lenguaje en San Agustín. *Dianoia*, Revista de Instituto de Investigaciones filosóficas de la Universidad Nacional Autónoma de México. 32. 14

- BUENDÍA, Fernando. (2010). *Elementos para una actualización de la agenda campesina de la región de Manabí*. (Tesis de Maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Universitat de Valencia.
- BURBANO, Iván; Burgos, Hugo; Castellanos, Santiago; Querejeta, Alejandro; Samson, Eric. (2015). Montubio con garra manabita. *Enfoque*. (No. 19).
- CEDEÑO Delgado, Alfredo. (2014). Manabí, creación, valores y manabitismo. Coloquio “Junio, mes del manabitismo”, GAD-Manta. Evento llevado a cabo en Manta, Ecuador. Recuperado de: <http://www.manta.gob.ec/index.php/noticias/item/53-conferencia-manabi-creacion-valores-y-manabitismo>
- CEVALLOS, Ana. (30 de octubre 2012). El café hizo el estadio Jocay y varios edificios. *El Diario*, p.6A
- CIDAP. (2010). *La cultura popular en el Ecuador. Tomo IX, Manabí*. Cuenca, Ecuador. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares.
- COBLEY, P., Jansz, L., & Fideleff, K. (2001). *Semiótica para principiantes*. Buenos Aires: Longseller.
- CODEPMOC, Consejo de Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa Ecuatoriana y Zonas Subtropicales de la región Litoral. Zonas de influencia del proceso de desarrollo del pueblo montubio (número de comunidades montubias por provincia y por cantones). Recuperado de: <http://codepmoc.gob.ec/>

- CODEPMOC. Desarrollo, construcción y aplicación de las políticas públicas del Pueblo Montubio del Ecuador para la igualdad en la diversidad. *Revista Técnica*. Recuperado de: <http://codepmoc.gob.ec/>
- CODEPMOC. Historicidad, Memoria y Cultura Montubia. Recuperado de: <http://codepmoc.gob.ec/?p=1369>
- COFENAC. (2013). Situación del sector cafetalero ecuatoriano. Recuperado de: <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/09/situacion-sector-cafe-ecu-2013.pdf>
- COOTAD, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2014.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, Publicada en el Registro Oficial No. 449, 20 de octubre de 2008.
- CORTI, Laura; Perelmíter, Luisina. (2009). El problema de la iconicidad ¿Naturaleza o convención? sobre “semiología de los mensajes visuales” de Umberto Eco. *Prometeo Libros*. pp.177-193.
- DE LA CUADRA, José. (1937) *El montuvio ecuatoriano (Ensayo de presentación)*, Buenos Aires: Imán.
- DELGADO, Freddy B.; Mariscal, Juan Carlos. (2006). *Educación Intra e Intercultural. Alternativas a la reforma educativa neocolonizadora*. La Paz-Bolivia: Agruco.
- DEL RÍO, Olga (2011), *El proceso de investigación: etapas y planificación de la investigación*, en Vilches, L (coord.) *La investigación*

en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Ed. Gedisa, pp 67-93

- DONATI, Pierpaolo. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional, *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Navarra, 8(1),
- DUEÑAS de Anhalzer, Carmen. (1987). *Movimientos políticos en la provincia de Manabí durante la segunda mitad del siglo XIX*. (Tesis de Maestría). Flacso sede Ecuador.
- DUEÑAS de Anhalzer, Carmen. (2014). "Nosotros, los manabitas...": Una identidad regional en la costa ecuatoriana. *Ecuador Debate*, revista especializada en Ciencias Sociales, 91, 128-136.
- EL CAFÉ MINERVA CUMPLE 49 AÑOS. (13 de agosto 2012). El Tiempo. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/103098-el-cafe-minerva-cumple-49-anos/>
- EL EMBAJADOR DE JIPIJAPA PROMUEVE SU CULTURA A TRAVES DEL CAFE ARABIGO. El Costanero. Recuperado de <http://cempecuador.com/elcostanero/comunidad-gastronomia-embajadordejipijapa.html>
- ECO, U. (1972). *Semiología de los mensajes visuales. Varios Análisis de las imágenes*. Buenos Aires: Ed. Tiempo Contemporáneo.
- ECO, U. (1986). *La estructura ausente*. Madrid, España. Ed. Lumen
- EL MES DEL MANABITISMO. (1 de junio 2010). El Diario. Recuperado de: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/154504-el-mes-del-manabitismo/>

- EPN, La Red, IAI. (2004). Proyecto Gestión del Riesgo ENSO en América Latina. Investigación comparativa, información y capacitación desde una perspectiva social. Informe técnico final – borrador patrones y procesos de configuración. Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://www.cambioglobal.org/enso/informes/anho4/Ecuador/Informe%20OPATRONES%20y%20PROC.%20CONST.%20SOCIAL%20Con%20Figuras%20Compactas1.pdf>
- FERRÍN Schettini, Rosa. (1989). Situación y perspectiva de la producción cafetalera en Manabí. *Antología de las Ciencias Sociales*. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales, ILDIS. Sección II, 109-140.
- GILLES, Deleuze. (1987). *La imagen.tiempo. Estudios sobre cine2*. Barcelona, España. Paidós.
- GEERTZ, Clifford (1987) *La interpretación de la cultura*. México: Gedisa
- GOMEZ, Pedro Arturo. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Cuadernos*, Revista de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad de Jujuy, 17, 195-209.
- GRANDES MARCAS. (2013). Revista Ekos Negocios. Recuperado de: <http://www.ekosnegocios.com/marcas/marcasEcuador.aspx?idMarca=13>
- GRIMSON, Alejandro. (2001). *Interculturalidad y Comunicación*, Bogotá, Colombia, Grupo editorial Norma.

- GOBIERNO PROVINCIAL DE MANABÍ. (2015). Manabí unida y productiva (Junio)
- GUERRATO, Lucio. (2008). Un balance crítico del «diálogo entre culturas». ¿Demasiada acciones, pero todavía ninguna estrategia?”. *Quaderns de la Mediterrània* N. 10. IEMed – Icaria. 98-105.
- GUIRAUD, Pierre (1972). *La semiología*. Traducida del francés al español por M.G. Poyrazian. Buenos Aires: Ed. Siglo XXI
- HALL, E. (1989). *La dimensión oculta*. México: Siglo Veintiuno
- HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. (2006). *Metodología de la investigación, cuarta edición*. México: Ed. McGraw Hill
- HIDROVO Peñaherrera, José. (8 de febrero de 2014). Nuestro sombrero de paja toquilla. El Universo.
- INEC. Fascículo Provincial Manabí. Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- INEC, Conepia, Codenpe, Codae, Codepmoc, Senplades, Plan Nacional del Buen Vivir, Ministerio Coordinador de Patrimonio, Fiodm. Las cifras del pueblo montubio, una mirada desde el censo de población y vivienda 2010.
- INIAP, GTZ. (1995). Inventario tecnológico del cultivo del café. Recuperado de:

<http://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/1618/1/Inventario%20de%20caf%C3%A9.pdf>

- INIAP, Cofenac, Promsa. (2013). Variedades mejoradas de café arábigo, una contribución para el desarrollo de la caficultura en el Ecuador.
- KREES y Van Leeuwen. (1996). *Reading Images: The grammar of visual design*. London: Routledge. 40-41.
- LANDETA Bejarano, Zoraida y Ojeda León, José. (2009). Propuesta de ruta cultural gastronómica mintubia de Jipijapa - La Pila - Montecristi. *Centro de Investigación Científica y Tecnológica, Espol*. Recuperado de:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8171/1/Propuesta%20de%20Ruta%20Cultural%20-%20Gastron%C3%B3mica%20Montubia%20de%20Jipijapa.pdf>
- LARREA Maldonado, Carlos. (1989). Auge y crisis de la producción bananera (1948-1976). *Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales*, ILDIS. Sección II, pp. 75-108.
- LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL, Ministerio de Educación del Ecuador, publicada en el Registro Oficial N° 417 -- Jueves 31 de Marzo del 2011
- LIZARZABURO, Guillermo. (12 abril 2014). La caficultura resucita, *Expreso*, p.6

- LOOR Valencia, K.; Zurita, Gaudencio. (2013). Estadística y distribución espacial de la migración en el Ecuador según censo 2010. *Instituto de Ciencias Matemáticas, ESPOL*
- LOTMAN, I., Navarro, D., & Cáceres, M. (1996). *La semiosfera I*. Madrid. Cátedra.
- LOTMAN, I., Navarro, D., Cáceres Sánchez, M., & Kiseliova, L. (2000). *La semiosfera*. Madrid: Cátedra.
- MAG, Ministerio de Agricultura y Ganadería. (1988). Zonificación del cultivo del café. Portoviejo, Ecuador. Programa Nacional del Café.
- MAGAP. (2013). Caficultores de Manabí sembraron 2 millones de plantas con semilla de café arábica de alto rendimiento. Recuperado de: <http://www.agricultura.gob.ec/caficultores-de-manabi-sembraron-2-millones-de-plantas-con-semilla-de-cafe-arabiga-de-alto-rendimiento/>
- MAGAP, Coordinación General del Sistema de Información Nacional. (2014). Breve descripción de la zona 4 y sus provincias. Boletín Agrícola Integral Zona4. Volumen II, No.8.
- MAGAP, Coordinación General del Sistema de Información Nacional. (2016). Info Productor Nacional.
- MARGULIS, Mario. (2002). La ciudad y sus signos. Revista *Estudios sociológicos. Colegio de México*. Volumen XX, No. 3. 551-536. P. 516
- MARTILLO Monserrate, Jorge. (25 de enero 2015). El historiador de nuestro mundo montubio. La Revista, El Universo.

- MARTINEZ, Valentina L., Walter, Tamra L. (2010). El horno manabita: un caso de estudio de interacción de saberes arqueológicos, etnográficos y locales en la provincia de Manabí. *INPC Revista del Patrimonio Cultural del Ecuador*. No.2, pp. 73-78.
- MEJÍA Arauz R. y Sandoval Cortés, S. A. (1998). *Tras las vetas de la investigación cualitativa*. Jalisco, México: ITESO.
- MENDOLICCHIO, Herman. (2013). Una reflexión entre lo Intercultural y lo Intracultural. *Interartive, a platform for contemporary art and thought*. Recuperado de: <http://interartive.org/2009/04/intercultural/>
- MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL, Instituto Espacial Ecuatoriano, Senplades, Magap. Inec.(2012). Proyecto: “Generación de geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1: 25 000”. Cantón Jipijapa, componente 5: “Socioeconómico y Cultural”. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA4/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/MANABI/JIPIJA_APA/IEE/MEMORIAS_TECNICAS/mt_jipijapa_socioeconomico.pdf
- MONTUBIOS BUSCAN IDENTIDAD PROPIA ENTRE LOS MESTIZOS. (21 de noviembre 2010). El Universo.
- MONUMENTO AL MAÍZ GENERA REACCIONES. (11 de julio 2008). El Diario. Recuperado de: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/84160-monumento-a-maiz-genera-reacciones/>
- MORA Solórzano, Medardo. (2010). *Vistazo al Manabí profundo*. Manta: Editorial Mar Abierto-Eskeleton Editorial.

- MORÁN Marcillo, Viccia. (2006). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa procesadora de café orgánico tostado y molido en la provincia de Manabí*. (Tesis Ingeniería). Escuela de Ciencias. Escuela Politécnica Nacional.
- MORRIS, C. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- NAVARRO, Desiderio. (1996). *Iuri M. Lotman, La Semiósfera I, semiótica de la cultura y el texto*, 1996, Ediciones Cátedra, Madrid, España
- PASPUEL, Washington. (17 de mayo de 2015). La industria pide más café local. Revista Líderes, Diario El Comercio.
- PAUL PONCE, "MANAQUILEÑO" QUE AMA EL PASILLO Y EL CALDO DE GALLINA. (17 de julio del 2015) Diario El Universo.
- PEIRCE, Charles Sanders. (1978). *Fragments de la ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- PINCHEVSKY, Moisés, (11 de agosto del 2013). Bolívar Mendoza: El café es cultura. Diario El Universo, suplemento La Revista.
- PINOS Barreto, Susy. (2009). Agricultura de los montubios en la costa ecuatoriana. *Leisa*, revista de agroecología. Recuperado de: <http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/latin-america/1-diversidad-de-la-agricultura/agricultura-de-los-montubios-en-la-costa>
- PROECUADOR. (2013). Análisis sectorial de café. Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sectorial-cafe-2013/>

- PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013-2017, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. 2014.
- PRADELLA, Jorge. (2015). *Semiótica: cantera de ideas para diseñadores y directores de arte*. VI Congreso Latinoamericano de la Enseñanza del Diseño - Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo, Argentina. Congreso llevado a cabo en Buenos Aires, Argentina.
- PUGA Palomeque, Consuelo. (2012). *El chigualo la fiesta navideña montubia*. (Tesis de Maestría). Universidad Central del Ecuador - Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- ¿QUIÉN ES CARLOS CASTAÑEDA? (1 de septiembre del 2014). El País, Colombia
- REDONDO Domínguez, Ignacio. (2009). *El signo como medio: Claves del pensamiento de C. S. Peirce para una teoría constitutiva de la comunicación*. (Tesis doctoral). Departamento de Comunicación Pública, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.
- REGLAMENTO ORGÁNICO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL del Gobierno Autónomo Descentralizado provincial de Manabí, GAD-Manabí, Portoviejo, 2012
- ROBLES, Humberto E. (1960). *Estudio del montuvio ecuatoriano (Ensayo de presentación)*. Edición crítica de Humberto E. Robles. Quito: Libresa – Universidad Andina Simón Bolívar.

- RIES Carranza, Bibiana,(2013) *Intraculturalidad y materiales didácticos. Metodología para la recuperación de saberes*, Secretaría de Educación Pública Coordinación General de Educación Intercultural y Bilingüe, México.
- RIVADENEIRA Suarez, Lucía. (2013). *Los montubios: sujetos étnicos en construcción*. (Tesis de Maestría). Programa de sociología convocatoria 2010-2012. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador.
- RIVAS Monroy, María Uxia. (2001). La semiosis: un modelo dinámico y formal de análisis del signo, *Razón y Palabra*, Revista electrónica de América Latina especializada en comunicación, febrero-abril, recuperado de:
http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n21/21_mrivas.html
- RIZO, María y Romeu, Vivian. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales, *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*; Brasil.
- ROITMAN, Karem. (2013). Mestizaje montubio: rompiendo y manteniendo esquemas. *Ecuador Debate*. Flacso Ecuador. No. 88. pp. 69-86. Recuperado de:
http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/5400#.Vvl-eP_hDIU
- SANTAELLA, Lucía. (2001). ¿Por qué la semiótica de Peirce es también una teoría de la comunicación?. *Cuadernos*, Revista de la Facultad de

Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad de Jujuy, 17, 415-422.

- SENPLADES, GAD-Jipijapa. (2015). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Recuperado de: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documento_Final/1360000630001_PDyOT%20ACTUAL%20JIPIJAPA%202015_1_8-04-2015_19-58-08.pdf
- SEPÚLVEDA, W.S. (2015). Análisis de atributos de calidad superior ligados con la producción de café, cacao, maracuyá y plátano de la provincia de Manabí, Ecuador. Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí – Gobierno Provincial de Manabí. *Investigación financiada por el Proyecto Prometeo-SENESCYT*.
- SINARDET, Emmanuelle. (2005). Un tipo para la ecuatorianidad: El montuvio ecuatoriano de José de la Cuadra (1937). *Revue Histoire(s) de l'Amérique latina*. Volume 1. Recuperado de: <http://www.hisal.org/index.php?journal=revue&page=article&op=view&path%5b%5d=2005-6>
- TAGUA, EL MARFIL VEGETAL. (15 de febrero 2013). Revista El Agro. Recuperado de: <http://www.revistaelagro.com/2013/02/15/tagua-el-marfil-vegetal/>
- TAMAYO y Tamayo, Mario (2004), *El proceso de la investigación científica*, México: Ed. Limusa.

- THWAITES, T; Davis, L; Mules, W (1994). *Tools for cultural studies*. New York: Palgrave Macmillan.
- TORRES, Esteban (2014). Comunicación y cultura en Manuel Castells: exploraciones del periodo 1996-2009. *Athenea Digital*, 14(1), 355-373. Recuperado
- UNESCO. (2001). Declaración universal de la Unesco sobre la diversidad cultural, Paris, Francia.
- UNESCO. (2005). Diversidad cultural. Volumen 3. Recuperado de: http://portal.unesco.org/geography/es/ev.php-URL_ID=7912&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- VALLES, M. (1999) *Técnicas cualitativas de Investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*, Madrid: Ed. Síntesis.
- VASQUEZ Rodríguez, Fernando. (1989). La Semiótica, una ciencia “explicativa” para “comprender” los signos de la cultura. Primer Encuentro de Investigadores y Docentes de Semiótica. Encuentro llevado a cabo en Medellín, Colombia.
- VIDALES, Carlos. (2001) Semiótica, cultura y comunicación. las bases teóricas de algunas confusiones conceptuales entre la semiótica y los estudios de la comunicación, *Razón y Palabra*, Revista electrónica de América Latina especializada en comunicación, No 66, recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/actual/cvidales.html>
- VIDALES, Carlos. (2008). El marco semiótico de la cultura, un reto para el estudio de la comunicación. *Época II, Estudios sobre las Culturas*

Contemporáneas.. Vol. XIV. Núm. 27, pp. 133-147. Recuperado de:

http://www.maraserrano.com/MS/articulos/31602706_lotman_oct_23.pdf

- VIDALES, Carlos. (2009). La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir. *Comunicación y Sociedad*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. No. 11. Guadalajara. Pp. 37-71. Recuperado de: <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/1793>
- VIEIRA, Janayna. (2008). "Signo y Símbolo, interpretación y traducción de la realidad cotidiana. *Anais Do Congresso Nordestino de Espanhol*, Recife, Brasil. Págs. 178-186
- VILCHES, L. (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- ZECHETTO, Victorino. (2002). *La Danza de los Signos. Nociones de semiótica general*. Quito, Ed. Abya Yala.

WEBGRAFÍA

- AMONSA, Asociación de Montubios del cantón Santa Ana. <http://amonsa.blogspot.com/>
- CAFÉ ARTESANAL ecuatoriano en 6 pasos. (29 de marzo 2015). <http://ecuador.destinosdeamerica.com/es/paises/ecuador/noticias>

- CODEPMOC, Consejo de Desarrollo del Pueblo Montubio de la Costa Ecuatoriana y Zonas Subtropicales de la Región Litoral
www.codepmoc.blogspot.com
- COFENAC, Consejo Cafetalero Nacional
www.cofenac.org
- DESINVENTAR, Sistema de Inventario de Efectos de Desastres
www.desinventar.org
- FACEBOOK, Bolívar Vidal Mendoza Tobar
<https://es-la.facebook.com/bolivarvidal.mendozatobar>
- DONATI, Pierpaolo. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional. [Figura]. Recuperado de
<http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8479/1/20091107151826.pdf>
- DONATI, Pierpaolo. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional. [Figura]. Recuperado de
<http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8479/1/20091107151826.pdf>
- DONATI, Pierpaolo. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional. [Figura]. Recuperado de
<http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8479/1/20091107151826.pdf>
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA.
<http://www.federaciondecafeteros.org/>
- GOBIERNO PROVINCIAL DE MANABÍ.
www.manabi.gob.ec

- GOBIERNO PROVINCIAL DE MANABÍ. (2012, marzo 30). Ven a Manabí, te espero. (archivo video).
<https://www.youtube.com/watch?v=w9PXUiaM6jU>
- IEPI, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
www.propiedadintelectual.gob.ec/
- MAGAP, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2014, agosto 12), Café del Ecuador, camino a la reactivación. (archivo de video). <https://www.youtube.com/watch?v=vqyfU02IzRQ>
- MANAVISIÓN. (2013, Septiembre 17), Bolívar, un apasionado del café que se convirtió en símbolo de Manabí. (archivo video).
<https://www.youtube.com/watch?v=jVG6ll6aXPI>
- MANTA EN LÍNEA. (2014, abril 19). Manta, el mejor socio para el mundo. (archivo de video).
<https://www.youtube.com/watch?v=0beD9avdYfg>
- PERFIL de Clarita Zambrano, Vice prefecta. (2015).
<http://www.manabi.gob.ec/index.php/es/institucion/viceprefecta.html>
- OROMAR TELEVISIÓN. (2015, Enero 8), Manabí produce café fino de exportación. (archivo de video).
<https://www.youtube.com/watch?v=rXD1ieXPhXU>
- OROMAR TELEVISIÓN. (2015, Enero 9), Historias de agricultores de café en Manabí. (archivo de video).
<https://www.youtube.com/watch?v=oEjUuk7mwIY>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA

www.rae.es

- SE PRESENTÓ PROYECTO TURÍSTICO “CIRCUITO DEL CAFÉ. (julio 2015). <http://www.manabi.gob.ec/index.php/es/noticias/se-presento-proyecto-turistico-circuito-del-cafe.html>
- UNIVERSIDAD SAN GREGORIO de Portoviejo. (2014, Julio 3), El café pasado de campo. Tradición que no muere. (archivo de video). <https://www.youtube.com/watch?v=7UCF2ERkx-8>
- (2009). [Dibujo]. Recuperado de http://www.supercoloring.com/sites/default/files/styles/coloring_medium/public/cif/2009/09/world-trade-center-before-9-11-coloring-page.jpg
- [Fotografía]. Recuperado de <http://static.imujer.com/sites/default/files/elgrancatador/Cocktail%20de%20ma%C3%ADz%20dulce.jpg>
- (2013). [Fotografía]. Recuperado de <http://www.noticiasggl.com/wp-content/uploads/2013/09/PrimitiveImage.jpg>
- (2014).[Fotografía]. Recuperado de <http://arquiscopio.com/la-simbologia-de-las-torres-gemelas/>
- (2014).[Fotografía]. Recuperado de http://www.bakeryandsnacks.com/var/plain_site/storage/images/publications/food-beverage-nutrition/bakeryandsnacks.com/markets/popcorn-boom-is-there-room-for-growth-competition/9095956-1-eng-GB/Popcorn-boom-Is-there-room-for-growth-competition_strict_xxl.jpg

- [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101221121/-1/Montubios quieren una sociedad m%C3%A1s justa.html#.Vig_xxDhDIU](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101221121/-1/Montubios%20quieren%20una%20sociedad%20m%C3%A1s%20justa.html#.Vig_xxDhDIU)
- <https://www.pinterest.com/pin/461196818063517972/>
- <https://www.pinterest.com/pin/461196818063517972/>
- <http://www.andes.info.ec/es/noticias/montubio-sus-tradiciones-vigentes-cultura-costa-ecuatoriana.html>
- http://i.eldiario.com.ec/fotos-manabi-ecuador/2013/12/20131216084148_rescatan-tradicia-n-oral-manabita-c_tn1.jpg
- <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/19/nota/4242276/compadres-llevan-15-anos-parque-historico>
- <http://ecuador.travel/blog/10-fiestas-populares-del-ecuador/>
- <https://www.facebook.com/katia.zambranosornoza?fref=ts>
- <http://www.ciudadalfaro.gob.ec/cientos-de-artesanos-intercambiaron-sus-saberes-en-la-elaboracion-del-sombrero-de-paja-toquilla-en-ciudad-alfaro/>
- <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/474/1/TESIS.pdf>
- <http://www.ccbenjamincarrion.com/boletin.php?c=1569>
- <http://gruposetnicosecua.blogspot.com/>

ANEXOS

SOLICITUD OFICIAL A BOLIVAR VIDAL MENDOZA TOBAR

Manta, 9 de marzo del 2015

Sr. Dn.
Bolívar Vidal Mendoza Tobar
EMPRESARIO DE "CAFÉ BOLÍVAR"
 Jipijapa.-

De mis consideraciones:

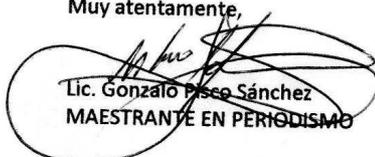
En mi calidad de egresado del Programa de MAESTRÍA EN PERIODISMO de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, me es grato participarle que las autoridades académicas correspondientes aprobaron la propuesta de realizar mi investigación de grado con el tema: **ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL CAFÉ ARTESANAL Y SU PERTINENCIA COMO SIGNO DE COMUNICACIÓN INTRACULTURAL EN MANABÍ**, en el período 2013-2014, cuyo objetivo general es analizar la pertinencia del café artesanal tostado molido y "pasado" (colado) como signo de comunicación intracultural en Manabí.

Debo recalcar que la investigación no solo tiene el propósito de generar un estudio académico sino rendir un homenaje a la cultura ancestral de nuestra provincia y a los esfuerzos que instituciones como la vuestra hacen para recuperar tradiciones como el consumo de café artesanal o "café pasado". Por ello y considerando que la imagen de su producto "Café Bolívar" forma parte de las campañas promocionales de Manabí del Gobierno Provincial de Manabí (GPM) y otros organismos; me permito formalizar mi pedido de que usted me preste toda la cooperación del caso para mi investigación y que consiste en lo siguiente:

1. Facilitar la información histórica cultural que rodea la creación y el impulso de "Café Bolívar" hasta la presente fecha.
2. Facilitar datos que usted disponga de los programas o proyectos comunicacionales impulsados por el GPM en que haya estado inmersa la imagen de "Café Bolívar".
3. Facilitar información de las invitaciones recibidas por "Café Bolívar", sobre todo en los años 2013 y 2014 de parte del GPM y otros entes públicos (Ministerio de Turismo, Municipios, etc.) para participar en ferias y otros eventos de exposición pública de su producto.
4. Que me permita:
 - Realizar una Entrevista personal a usted, de ser posible entre jueves 12 o viernes 13 de marzo de la presente semana
 - Acompañarlo en un día cotidiano de su actividad promocional de "Café Bolívar" en Jipijapa, Portoviejo y Manta, en el transcurso de la semana del 16 al 20 de marzo 2015. El fin es realizar una observación metodológica de la importancia de "Café Bolívar" como símbolo de identidad manabita.

Sin otro particular y agradeciendo mucho el apoyo al trabajo investigativo que me hallo realizando, me suscribo no sin antes darle mi información de contacto: e mail: gpubli@yahoo.com celular: 0990762147, a fin de mantener la coordinación correspondiente durante el proceso.

Muy atentamente,


 Lic. Gonzalo Pisco Sánchez
 MAESTRANTE EN PERIODISMO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

MAESTRÍA DE PERIODISMO – Primera cohorte

ENTREVISTA A RESPONSABLES INSTITUCIONALES O DE ÁREAS DE COMUNICACIÓN, CULTURA O TURISMO DE ORGANISMOS OFICIALES

Agradecemos compartir sus puntos de vista respondiendo las siguientes preguntas que buscan evaluar el consumo de café artesanal, tostado y molido como expresión de cultura y significación de identidad en Manabí.

Institución: _____

Nombre: _____

Cargo: _____ E mail: _____

1. Considera usted que tostar, moler y filtrar café artesanalmente es una costumbre ancestral propia de Manabí. SI_ NO__

Por qué? _____

2. Considera usted que en Manabí el consumo de infusión de esencia de café artesanalmente obtenida construye relaciones e identidad? SI_ NO__

Por qué? _____

3. ¿Según usted, con cuáles de las siguientes opciones se relaciona más el concepto de "Café Manabita"?

Café soluble__ Café "pasado"__ Cultura__ Tradición__ Gastronomía
ancestral__ Identidad__ Turismo__ mercadeo institucional__ Otro
(especifique) _____

4. Cree usted que en Manabí, cada vez es más escasa la posibilidad de consumir café artesanal tostado, molido y pasado, incluso para los propios manabitas. SI__ NO__

Por qué? _____

5. Considera usted que la marca "Café Bolívar" se asocia perfectamente con el concepto artesanal de "Café Manabita" SI__ NO__

Por qué? _____

6. Su organización ha auspiciado el uso de la imagen de "Café Bolívar" para promover la identidad de Manabí. SI__ NO__ Si respondió SI, bajo cuáles de estas condiciones:

a) Por decisión propia de la institución__ Por pedido de la marca__

b) Por una sola vez__ Ocasionalmente__ Permanentemente__

- c) Para eventos institucionales__ Para exposiciones feriales
 Para campañas en medios__
- d) Por temporada turística __ Por el mes de Manabí__
- e) Dentro de Manabí __ Fuera de Manabí__ Fuera del país__

7.Mencione los últimos eventos o campañas que su organización realizó o auspició con la imagen de "Café Bolívar".

- I. _____ Fecha: _____
- II. _____ Fecha: _____
- III. _____ Fecha: _____

8.Podría usted puntualizar algún beneficio obtenido para su institución o para la provincia, producto del auspicio de campañas o eventos con la participación de "Café Bolívar".

9.El respaldo o auspicio de su organización a "Café Bolívar" ha comprendido:

- a) El uso de su imagen como: Imagen de su organización ____
 Imagen de Manabí ____
 Imagen del país ____
- b) Desarrollo de piezas promocionales __ Qué piezas?_____
- c) Desarrollo de distintivos (logos, vestimenta, afiches, etc.) de la marca "Café Bolívar" asociada con su organización__
- d) Logística para el montaje de la participación de "Café Bolívar" en eventos o exposiciones
- e) Otros (especifique) _____

10.¿Particularmente usted ha participado en el desarrollo de alguna pieza apromocional relacionado con el auspicio de su organización a "Café Bolívar" SI_ NO__ De responder SI, cuáles fueron los criterios que se aplicaron o usted recomendó para desarrollar el mensaje?:

11.Considera usted que las campañas o experiencias de auspicio de su organización a "Café Bolívar" han sido exitosas. SI__ NO__

Por qué? _____

12.Considera Ud que la imagen de "Café Bolívar" aporta a la identidad de la provincia SI__ NO__

Por qué? _____

13.Su entidad posee una memoria o registro de las percepciones de "Café Bolívar" como signo de identidad manabita dentro de las campañas o eventos auspiciados por su organización? SI__ NO__ Muchas gracias,

PREGUNTAS ENTREVISTAS SEMI ESTRUCTURADAS

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
MAESTRÍA DE PERIODISMO – Primera cohorte
ENTREVISTA A EXPERTOS, CONOCEDORES O EMPRENDEDORES

Agradecemos compartir sus puntos de vista respondiendo (en audio y/o por escrito) las siguientes preguntas que buscan valorar la producción y el consumo de café artesanal, tostado y molido como expresión de cultura y significación de identidad en Manabí.

Aplicadas a caficultores, gestores culturales y emprendedores ligados al café

1. ¿Considera usted que tostar, moler y filtrar café artesanalmente es una costumbre ancestral propia de Manabí?
2. ¿Conoce usted en qué momento de la producción cafetalera se procedía al tueste, molido y filtrado del café?
3. ¿Qué elementos e instrumentos intervenían en la obtención artesanal del “café pasado”

Aplicadas a historiadores e impulsores de la identidad manabita y del café artesanal

1. ¿El café artesanal tostado, molido y “pasado” está ligado a la historia de Manabí?
2. ¿Considera usted que el consumo de café tostado, molido y “pasado” ha construido identidad entre los manabitas?
3. ¿Considera usted que el producto y personaje Café “Bolívar” representan el café “pasado” como tradición manabita?
4. ¿Qué simbolismo percibe usted en la representación de Café “Bolívar”?

Aplicadas a personas y funcionarios de organismos oficiales vinculados al arte, a la gestión patrimonial y promoción cultural

1. ¿El aroma a café tostado es un indicativo de qué cosa, en Manabí?
2. ¿Considera usted que detrás del proceso de tostar, moler y “pasar” café hay un saber ancestral?
3. ¿Considera usted que el producto y personaje Café “Bolívar” pueden tomarse como ícono para representar el saber ancestral del café pasado?
4. ¿Qué aspectos de la cultura del café en Manabí puede simbolizar la representación de Café “Bolívar”?

UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
MAESTRÍA DE PERIODISMO – Primera cohorte
ENTREVISTA A CREADOR DE LÍNEA GRÁFICA CAFÉ ARTESANAL "BOLÍVAR"

Agradecemos compartir sus puntos de vista respondiendo (en audio y/o por escrito) las siguientes preguntas que buscan valorar la línea gráfica visual del producto artesanal Café "Bolívar".

1. ¿Cómo surge la idea de desarrollar una línea gráfica visual para Café "Bolívar"?
2. ¿En que se basó el desarrollo de la idea gráfica?
3. ¿Qué investigaciones se hicieron sobre identidad manabita y caficultura para determinar las formas visuales?
4. ¿Se midió las aplicaciones y resultados de la nueva imagen gráfica de Café "Bolívar"?

TESTIMONIOS GRÁFICOS DE ENTREVISTAS



Bolívar Vidal Mendoza Tobar



Camilo Andrade Vera, creador línea Gráfica Café "Bolívar"



Karina Arteaga Muñoz, Directora INPC Zona4



Jhonny Cañarte, ex Alcalde de Jipijapa



Alexandra Cevallos y Valeria Martínez, 3ra y 4ta de izq. A antropólogas



Douglas Vaca, promotor del manabismo



Genaro Nieto, Historiador de Jipijapa



Ramiro Molina, historiador de Portoviejo



Ivo Uquillas, escultor y asesor cultural



Vielka Navia, Ddirectora Museo etnográfico "Cancebí"



Lucía Chiriboga, Directora Ejecutiva INPC



Eumeny Álava, montuvio y gestor cultural



Ma. Fernanda Yanchapaxi, coordinadora Saberes Ancestrales SENESCYT



Luis Sánchez Sánchez, caficultor



Pascual Castillo, caficultor y dirigente
Coop. Agrícola "27 de Junio"



Fabián Mendoza Marcillo, caficultor



Sixta Zambrano, emprendedora caficultora



Isauro Intriago, historiador campesino



Fernando Calle, emprendedor del café



Xavier Valencia, Director de MAGAP Zona 4



Jarvs Del Valle, Técnico del MAGAP



Xavier Romero, DIRCOM GAD-Manabí



Iván Alarcón, Analista de Comunicación GAD-Manabí



Geovanny Ponce Diseñador-GAD-Manabí



Ma. De los Ángeles Gómez, responsable Turismo GAD-Manabí



Sara Fernández, exdirectora Turismo GAD-Manabí y Dir. Turismo GAD-Portoviejo



Danny Zambrano, DIRCOM GAD-Portoviejo



Byron Galarza, DIRCOM GAD-Manta



Andrea Zambrano, Directora Turismo GAD-Manta



Analía Navarrete Loor, Directora de Cultura GAD-Manta



Kathy Sabando, Técnica de Turismo GAD-Manta



Jacqueline Delgado, Directora de Cultura GAD-Jipijapa



Maribel Velásquez, Directora de Turismo GAD-Jipijapa



Celia López
Emprendedora Cultural y de la gastronomía del café.



Ma. Fernanda Buzzeta, emprendedora de la gastronomía en Manabí



Renán Álava, comunicador y emprendedor cultural - Portoviejo



Yuri Tigua, campesino, conecedor de leyendas, sitio Choconchá, Jipijapa

REGISTRO DE OBSERVACIÓN DE CAMPO ANALISIS SEMIÓTICO “CAFÉ BOLÍVAR”

Día: _____

Hora: _____

LUGAR DE EXPOSICIÓN				
ELEMENTOS TRADICIONALES PRESENTES EN LA RECREACIÓN	Uso permanente o recurrente	Uso ocasional	Uso decorativo	Observaciones
Molino tipo corona				
Molino tipo “corona”				
Sacas de yute con café				
Granos de café tostado				
Despachador de granos				
Pilón				
Comal				
Otro				
Vestimenta del promotor	Uso permanente o recurrente		Uso ocasional	Observaciones
Sombrero de Paja Toquilla				
Camisa típica de cuadros				
Camisa blanca				
Otro				
Interacción del promotor	Recurrentemente		Ocasional mente	Observaciones
Con elementos de la ambientación escénica				
Con los visitantes de la exposición				
Presentación del producto	Recurrentemente		Ocasional mente	Observaciones
Molido envasado en fundas de papel con etiqueta				
Molido envasado en fundas de plástico transparente sin etiqueta				
Pasado por filtro y dispensado en bebida caliente				
Referenciamiento del proceso artesanal del café tostado, moilido y “pasado”	Recurrentemente		Ocasional mente	Observaciones
Molido				
Filtrado				
Tostado				
Pilado				
Otro				
Ambientación y recursos de imagen	Recurrentemente		Ocasional mente	Observaciones
Uso de logotipos de entes oficiales				
Uso de marca del producto				
Uso de banner corporativo				
Uso de material promocional de la provincia				
Otro				

ELEMENTOS TRADICIONALES DEL PROCESO ARTESANAL CAFÉ TOSTADO, MOLIDO Y “PASADO”.



Horno típico de leña de origen manabita.
Museo etnográfico “Cancebi”.



Comal (olla de barro), *foto de autor*



Café tostado. *Foto anónimo*



Molino de granos tipo “Corona”,
Museo etnográfico “Cancebi”.



Café
Molido
Foto anónimo



Filtro típico para obtener esencia o café
“pasado”. *Museo etnográfico “Cancebi”*



La típica
esencia obtenida
del molido de
los granos
tostados con la
que se prepara
la taza de café
“pasado”
*Foto Café
Toquilla*



Molino
antiguo
Del Museo
particular del
historiador
Genaro Nieto.
Foto autor

EXPOSICIÓN ABIERTA DEL CAFÉ ARTESANAL “BOLIVAR”



Bolívar Mendoza, en exposiciones abiertas en la ciudad de Portoviejo. *Foto de autor y de <https://es-la.facebook.com/bolivarvidal.mendozatobar>*



Bolívar Mendoza en su lugar habitual de exposición en Jipijapa. *Foto de autor*

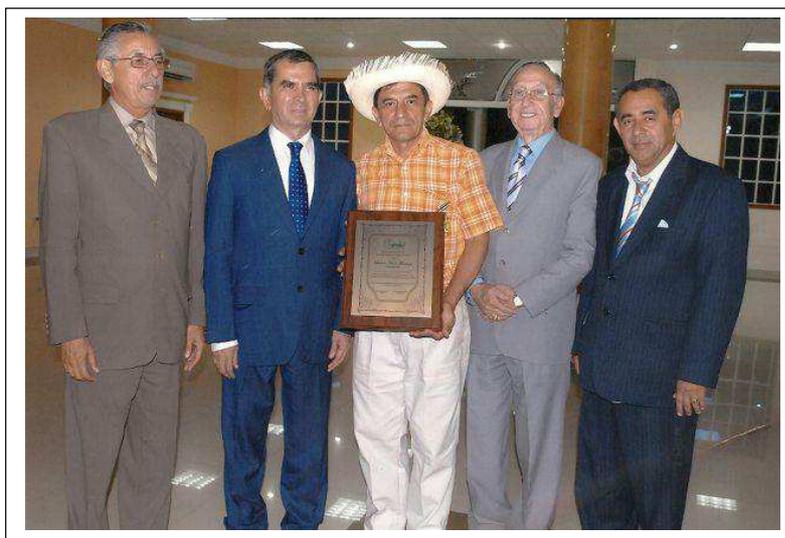


Bolívar Mendoza en su lugar habitual de exposición en Manta *Foto <https://es-la.facebook.com/bolivarvidal.mendozatobar>*

TESTIMONIOS DE RECONOCIMIENTOS A BOLÍVAR MENDOZA TOBAR Y CAFÉ ARTESANAL “BOLIVAR”



Designación de Bolívar Mendoza como Embajador Cultural de Manabí, por la Casa de la Cultura Ecuatoriana, núcleo de Manabí.
Foto de autor.



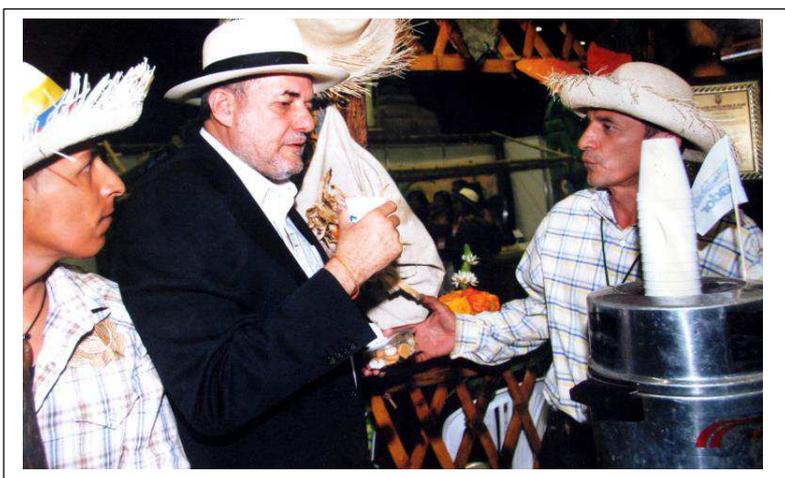
Entrega a Bolívar Mendoza del Mérito Nacional, “Manuel I. Parrales y Guale”, otorgado por el Gobierno Provincial de Manabí.
Foto <https://es-la.facebook.com/bolivarvidal.mendozatobar>



Premio Gestión Turística, otorgado a Bolívar Mendoza por La Escuela Superior Politécnica de Manabí, ESPAM,
Foto de autor



Bolívar Mendoza
Recibiendo
convocatoria a
participar en evento
oficial del Instituto
Nacional de
Patrimonio Cultural,
INPC ZONA4.
Foto de autor.



Bolívar Mendoza,
invitado a feria
nacional por el
Ministro de Turismo
de entonces Freddy
Elhers
*Foto [https://es-
la.facebook.com/boliv
arvidal.mendozatobar](https://es-la.facebook.com/bolivarvidal.mendozatobar)*



Con una foto estilo
portada Diario El
Universo, reseña a
Bolívar Mendoza
como el Juan Valdez
ecuatoriano
Foto
*[http://www.larevista.e
c/comunidad/cuerpo-
y-alma/bolivar-
mendoza-el-cafe-es-
cultura](http://www.larevista.ec/comunidad/cuerpo-y-alma/bolivar-mendoza-el-cafe-es-cultura)*