

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO Y LICENCIDA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**MEMORIA SOCIAL DE LAS LAVANDERÍAS POPULARES CASOS:
“CHIRIYACU”, “DE LOS MILAGROS” Y “LA ERMITA”**

AUTORES:

DAVID ALEJANDRO CAJIAO OVIEDO

ADRIANA DEL CARMEN PÁEZ PERALTA

DIRECTORA

ISABEL ANTONIA PAREDES ORTIZ

Quito, marzo del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo MEMORIA SOCIAL DE LAS LAVANDERÍAS POPULARES CASOS: “CHIRIYACU”, “DE LOS MILAGROS” Y “LA ERMITA” son de exclusividad responsabilidad de los autores.

Quito, marzo del 2015

David Alejandro Cajiao Oviedo

Adriana del Carmen Páez Peralta

CI: 050265886-7

CI: 171361423-6

DEDICATORIA

Todo este esfuerzo no sería posible sin el apoyo de mis padres Luis y Josefina, mi hermano Luis Miguel y mi primo José Andrés, que son el impulso y los guías de mi camino. Es una satisfacción culminar mi investigación de grado, que es el esfuerzo de toda mi familia, a la que estoy muy agradecido por todas las bendiciones que me han regalado y por ser el pilar de este triunfo.

A mis amigos Fausto, Cristian, Héctor, Diego, Juan, Daniel, Franklin, Jorge Andrés, Diego Gustavo, Diana y Sofía, por la preocupación, apoyo y todos los momentos compartidos a lo largo de estos años. Les deseo los mejores éxitos en sus vidas y muchas bendiciones en sus hogares.

A mis compañeros de la universidad Andrés, Cristhian, Maryan, Jonathan, Juan, Franklin, Juan Carlos, Angie, Abigail y María Fernanda por su dedicación y su entrega incondicional en los buenos y malos momentos.

Finalmente agradecer a Dios por mi familia, amigos y compañeros que encontré en mi camino.

David Alejandro Cajiao

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	5
CONSTRUCCIÓN DE LA MEMORIA SOCIAL DE UN PUEBLO A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN, LA CULTURA Y SUS REPRESENTACIONES SOCIALES.	5
1.1. La formación y la importancia de la cultura dentro de los pueblos.....	5
1.2. La comunicación como eje de transmisión de la cultura.....	7
1.3. Influencia de la globalización y de la comunicación masiva en las prácticas culturales de los pueblos dentro de las transformaciones culturales.....	8
1.3.1. Revalorización de la cultura en sociedades globalizadas.....	9
1.4. Construcción de la memoria individual, memoria histórica y memoria social en el proceso de identificación de los pueblos.	11
1.4.1. La identidad como construcción dialógica.....	16
1.4.2. La identidad más allá de las raíces	17
1.4.3. La relación entre la identidad y la comunicación como instrumento de sociabilización.....	19
1.5. Representaciones sociales para fortalecer la memoria social de un pueblo.	20
CAPÍTULO 2	23
RELACIONES SOCIALES, INTERACCIÓN Y ENCUENTROS COTIDIANOS DENTRO EN LOS ESPACIOS POPULARES EN LA CIUDAD DE QUITO	23
2.1. Espacios populares, lugares contruidos en sociedad.	23
2.1.1. La cotidianidad en los espacios populares y el ambiente propicio para la comunicación.	24
2.2. Globalización, transformaciones culturales y nuevos espacios populares	

2.2.1.	Los medios de comunicación y las transformaciones culturales.	29
2.3.	Nuevos espacios populares y la comunicación generada por las vivencias globalizadas.....	32
2.4.	Identificación de los diferentes lugares populares en la ciudad de Quito ...	34
CAPÍTULO 3.....		37
ESTUDIO DE CASO DE LAS LAVANDERÍAS POPULARES DE QUITO ...		37
3.1.	Las lavanderías populares de la ciudad de Quito: lugar de encuentro y memoria social.	37
3.2.	Lavandería Chiriyacu una realidad admirable.....	38
3.2.1.	Barrio tradicional de Chimbacalle	38
3.2.2.	Retrato escrito de la estructura de lavandería Chiriyacu.....	40
3.2.3.	Tradición y realidad de la lavandería Chiriyacu.	41
3.2.4.	Personajes representativos dentro de la lavandería Chiriyacu	42
3.3.	Lavandería La Ermita una realidad admirable	43
3.3.1.	Barrio tradicional de San Roque	43
3.3.2.	Retrato escrito de la estructura de Lavandería Popular La Ermita.....	44
3.3.3.	Entre jabón y agua, el tiempo pasa en La Ermita.....	45
3.3.4.	Personajes representativos dentro de la lavandería La Ermita.....	48
3.4.	Lavandería De Los Milagros una realidad admirable	49
3.4.1.	Barrio tradicional de La Loma	49
3.4.2.	Retrato escrito de la estructura de la lavandería De Los Milagros	50
3.4.3.	Lavar, fregar y secar acciones de ayer, hoy y siempre en la lavandería De Los Milagros.....	50
3.4.4.	Personajes representativos dentro de la lavandería De Los Milagros..	52
CAPÍTULO 4.....		54
DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE LA REVISTA “LAVANDERÍAS POPULARES DE QUITO”.....		54
4.1.	Comunicación y medios impresos.....	54

4.2.	La revista	54
4.3.	Diseño editorial	56
4.4.	Levantamiento de información y recopilación de datos.....	57
4.5.	Manual de imagen e identidad la revista	57
4.5.1.	Diagramación de la revista.....	57
4.5.2.	Formato de la revista.....	58
4.5.3.	Tipografía de la revista.....	58
4.5.4.	Márgenes de la revista.....	59
4.5.5.	Cromática de la revista.....	61
	CONCLUSIONES	63
	LISTA DE REFERENCIAS	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Márgenes de la revista “Lavanderías Populares De Quito”	60
Figura 2: Márgenes de la revista “Lavanderías Populares De Quito”	60
Figura 3: Márgenes de la revista “Lavanderías Populares De Quito”	61
Figura 4: Cromática de la revista “Lavanderías Populares De Quito”	62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: ENTREVISTAS.....	70
ANEXO 2: FOTOGRAFÍAS.....	74

RESUMEN

El presente documento presenta de forma detallada la investigación teórica y de campo sobre las lavanderías populares en Quito, con el objetivo de revalorizar las lavanderías populares. Los resultados obtenidos se plasmarán en una revista elaborada en base a la información recolectada.

Se plantea la presentación y revalorización de las lavanderías populares de la ciudad de Quito, D. M., en base a varios conceptos y categorías de la comunicación, como: los espacios populares y de encuentro; la memoria social e individual; lo cotidiano dentro de las vivencias sociales; la tradición; lo popular; los lugares y no lugares; y la comunicación popular. Se toman en cuenta tres casos puntuales: La Ermita, ubicada en el barrio de San Roque; De Los Milagros, situada en el barrio La Loma; y, Chiriyacu, perteneciente al barrio de Chimbacalle.

Se tomará como punto de partida, el barrio en el que se encuentran éstos espacios, se presentará un repaso general del entorno de las lavanderías y las personas. El presente trabajo detalla aspectos que van desde la fachada principal de las lavanderías populares, la cotidianidad experimentada en el día a día, hasta la descripción de lo que se vivió años atrás, sin dejar de lado el acaudalado cambio que se ha generado a causa del proceso de globalización dentro de este espacio social.

El eje de la investigación es recuperar las tradiciones que quedan en el olvido y se pueden rescatar a través de la memoria social de cada pueblo, porque al tener una conciencia compartida se refresca la memoria individual permitiendo reafirmar la identidad de la sociedad y mantienen vivas las tradiciones.

Finalmente, se presentan testimonios de los usuarios quienes relatan sus experiencias de vida dentro de las lavanderías populares estudiadas. Quedará en evidencia que una de las funciones principales de este espacio público es brindar una mano a las personas más necesitadas, por lo tanto se considera resaltar la importancia de la trascendencia de esta actividad en el tiempo.

ABSTRACT

The current document presents in detail the studies and the field investigation made with the main objective of revalue the public laundries. The results will be embodied in a magazine which is to be elaborated with its basis on the collected information.

The presentation and revaluation of the public laundries in the city of Quito, M. D., is proposed based on several concepts and categories of communication, such as: popular and meeting spaces; social and individual memory; everyday life within social experiences; the traditions; the popular; the places and no-places; popular and everyday communication. Three specific cases are studied: La Ermita, located in San Roque neighbourhood; De Los Milagros, situated in La Loma Neighbourhood; and, Chiriyucu, sited in Chimbacalle neighbourhood.

With the start point, and focus, in the neighbourhood where this spaces are located, a general overview of the environment in which the laundries, and the people, develop is presented. This document details specific aspects including not only the principal façade of the public laundries, but also the everyday life experienced nowadays and the description of what it was like in past years, furthermore, the accelerated change that have been generated because of the globalization process inside this social space.

The focus of the investigation is to recover the traditions are forgotten and are redeemable through the social memory of each people, because having a shared awareness of individual memory is refreshed allowing reaffirm the identity of society and kept alive traditions.

Finally, testimonies of the users relating their own life experiences inside of the public laundries studied, are presented. It will be evident that one of the main functions of these public spaces is to give a hand to those in need, therefore, it is sought to highlight the importance of the transcendence of this activity throughout the time.

INTRODUCCIÓN

Pensar en la ciudad de Quito como un sitio lleno de historia y tradición nos traslada inmediatamente a imaginarnos el Centro Histórico de la ciudad. Nos vemos caminando por sus calles formadas por casas con diseños coloniales tan espectaculares, que sin duda nos haría creer que la tradición de una sociedad se basa en la existencia de este arte en todo su esplendor. Sin embargo la esencia misma de la tradición está en la gente.

Son varias las actividades que se realizan diariamente por toda la ciudad, las personas en su cotidiano tiene acciones definidas que se han convertido con el pasar del tiempo en su estilo de vida.

Con el pasar del tiempo, los espacios populares, las tradiciones, lo cotidiano y las personas han sufrido cambios que han ido surgiendo por varios factores, uno de ellos la globalización. Estos cambios se tornan en el problema central de nuestra tesis, ya que al surgir dichos procesos dentro de los espacios populares se va quebrantando las tradiciones y poco a poco quedarán en el olvido.

Las personas al ir a cualquier lugar están expuestas a interactuar con otras. Utilizar el servicio de transporte público, caminar por un parque, ir a la tienda del vecino, hacer fila para un evento, son varias de las actividades de nuestras vidas que nos permitirán relacionarnos con los demás.

Pero en la actualidad también se han creado lugares que por su infraestructura no se prestan para generar encuentros entre individuos, no les permiten interactuar y por lo tanto no habrá un flujo de comunicación, entre estos lugares podemos encontrar: los centros comerciales, los supermercados, los teatros, los cines, que son sitios destinados a que las personas vayan directamente hacia algo en específico sin sentir la necesidad de interactuar con otros para completar su labor.

También podemos encontrar lugares que desde hace algunos años atrás han existido en Quito, que son adecuados para la interacción, pero por el avance tecnológico y la

globalización han quedado en el olvido por la mayoría de personas. Uno de estos espacios y nuestro objeto de estudio son las lavanderías populares. Estos espacios fueron creados para satisfacer una necesidad básica de las personas, pero con el transcurso del tiempo han ido desapareciendo por varios motivos, el principal es la poca afluencia de gente en comparación con los primeros años de vida de este lugar. Aunque ya no es mucha la demanda que tienen estos sitios, todavía existen usuarios que necesitan lavar sus prendas tanto personales como ajenas y con esto sustentar a sus familias.

La falta de información acerca de estos espacios populares y el revalorizar la memoria social de una tradición olvidada son dos de los principales aspectos que nos motivaron a realizar este trabajo. Se emplearon métodos como la investigación de campo y las entrevistas para lograr recolectar una serie de testimonios de personajes que se devolvieron dentro de lavanderías populares convirtiéndose en parte de su historia y memoria.

Para abordar los temas necesarios y adecuados dentro de nuestra investigación nos plantearemos como pregunta central ¿Qué cambios sociales se pueden evidenciar en las lavanderías populares?, con el objetivo de identificar la cotidianidad y tradición dentro de la ciudad de Quito en base a este espacio popular.

Para responder a esta cuestión, nuestra tesis está dividida en cuatro capítulos en los que desde la teoría hasta la investigación de campo hemos tratado de unificar distintos conceptos claves para desarrollar la investigación.

En el primer capítulo, al que hemos titulado “Construcción de la memoria social de un pueblo a través de la comunicación, la cultura y sus representaciones sociales”, nos enfocamos en cuatro términos claves que harán que el lector tenga conocimientos fundamentales acerca del tema de investigación como son: la memoria social, la comunicación, la cultura y las representaciones sociales. Se plantearán algunas teorías de autores como Patricio Guerrero, Jesús Martín Barbero, entre otros, que con sus grandes aportes a la comunicación nos permiten brindar al lector una mirada más profunda a lo que significa la memoria social de un pueblo y lo que podría conseguirse al revalorizarla.

En el segundo capítulo no dejamos detrás la teoría pero sí nos enfocamos más en los aspectos que están alrededor de la cotidianidad de la gente, en la globalización y su participación en los cambios que en el día a día se evidencian dentro de dichos espacios, además aclaramos la marcada diferencia entre lo que es el concepto de espacio y lugar. Por todos estos elementos que lo construyen, nuestro segundo capítulo se llama “Relaciones sociales, interacción y encuentros cotidianos dentro en los espacios populares en la ciudad de Quito”.

Nuestro tercer capítulo es la práctica misma de todo lo antes mencionado, en este se explica cómo fue nuestro proceso de investigación, mediante historias, relatos, entrevistas, conversaciones, visitas, convivencias, etc., todo lo referente a lo que pasa dentro de las lavanderías. Hablamos sobre el cotidiano de varias mujeres valientes que desde temprana edad comenzaron a luchar por vivir honradamente. “Estudio de caso de las lavanderías populares de Quito” es el nombre que le hemos puesto a nuestro tercer capítulo

Para finalizar, en el cuarto capítulo detallamos la manera en la que elaboramos nuestro producto comunicacional, se trata de la creación de una revista cultural a la que llamamos “Lavanderías Populares de Quito” en la cual mediante artículos, crónicas y entrevistas damos a conocer de manera más específica el trabajo de investigación realizado en cada lavandería que visitamos. Evidenciamos estos espacios populares que han quedado en el olvido o que varias personas desconocen acerca de las lavanderías populares.

Fueron varias las visitas que realizamos a cada una de las lavanderías de Chiriyacu, La Ermita y De Los Milagros, lo que nos permitió interactuar con la mayoría de usuarios que con gran sencillez y humildad contaban su historia de vida y daban fe de la importancia que han tenido estos espacios en el desarrollo de sus familias.

Revalorizar las lavanderías populares va más allá de salvar un espacio, sino que permite rescatar una identidad que a lo largo de los años varios individuos la practican para establecer y consolidar una cultura, que es el modo en que un grupo de

personas entienden el mundo, es una forma de vida que está sustentada en creencias y valores, que determinan las manifestaciones culturales.

Dentro de nuestro trabajo se busca evidenciar y plasmar las manifestaciones culturales y vivencias mediante un proceso comunicativo para realizar un producto (revista) enriquecedor a partir de la memoria individual y colectiva de los individuos.

El pasado es la base del presente y la proyección hacia el futuro, es importante que los individuos conozcan sus raíces y se sientan parte de una cultura, por lo que la memoria social es fundamental para refrescar la memoria de cada individuo, rescatando las tradiciones y reafirmando la identidad de una sociedad.

Así, esta investigación está dirigida a la revalorización de las lavanderías populares mediante la relación que existe entre cultura, comunicación y memoria social que permitirá un aporte para la recuperación de esta identidad, porque es fundamental conocer las actividades que realizaban en el pasado para que no queden en el olvido.

CAPÍTULO 1

CONSTRUCCIÓN DE LA MEMORIA SOCIAL DE UN PUEBLO A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN, LA CULTURA Y SUS REPRESENTACIONES SOCIALES.

1.1. La formación y la importancia de la cultura dentro de los pueblos.

La noción de cultura es básica para mantener vivas las costumbres que a lo largo de los años acompañan a cada pueblo, evidenciando a la memoria social de los individuos a través de sus actividades cotidianas, es por esto que es fundamental una revalorización de las tradiciones con el primordial objetivo de fortalecer la cultura e identidad de las personas.

La cultura de cada pueblo permite conocer o justificar de varias maneras su ser en su esencia, para esto se podría tomar en cuenta varios factores que ayuden de cierta manera a determinar estos dos aspectos. La historia, es un factor básico al igual que el espacio físico, las infraestructuras y los habitantes que han ido formando parte de la vida de un pueblo marcando momentos significativos a lo largo de su trayecto.

“La cultura hace referencia a la totalidad de prácticas, a toda la producción simbólica o material, resultante de la praxis que el ser humano realiza en sociedad, dentro de un proceso histórico concreto.” (Guerrero, 2002, pág. 35)

Por lo tanto, la cultura nace a partir de la construcción de cada individuo y sus diferentes actividades, engloba toda tradición, fiesta, valores, ceremonias o ritos que son característicos de un pueblo, donde van a surgir las interacciones e intercambios materiales y simbólicos entre personas en un mismo contexto que dará paso un proceso de adaptación por parte de los individuos para involucrarse con el medio que los rodea.

Toda producción simbólica de una sociedad está basada en las acciones determinadas (creencias, valores, actitudes y percepciones que caracterizan a una determinada sociedad) que un grupo social realiza dentro de una misma realidad, sea ésta un espacio de ocio o un lugar de trabajo, las cuales son actividades que dan sentido a la vida de la gente.

“Toda cultura es siempre histórica, está cargada de historicidad, pues surge como respuesta a un determinado proceso del desarrollo de la historia humana”. (Guerrero, 2002, pág. 85). Las circunstancias de cada tiempo, período o época son diferentes y únicas, razón por la cual las personas están obligadas a acoplarse a cada situación para implementar acciones cotidianas que les permitan involucrarse con los demás. Así, el desarrollo del hombre en todos sus aspectos, principalmente: intelectual, religioso y afectivo, ha hecho desplegar los procesos sociales de cada tiempo.

Cada individuo dentro de su cultura es un ser que posee las mismas condiciones que cualquier otro individuo, sin embargo existe una gran diversidad cultural, debido a los distintos contextos que han vivido los grupos humanos, donde aparecen nuevos conocimientos que se incorporan a las sociedades permitiendo a estas evolucionar y tener un estilo de vida diferente.

El entorno o ambiente en el cual los individuos vivan incidirá mucho en el desarrollo de su estructura mental, de sus emociones, habilidades, creencias y afinidades, porque todas las actividades que una persona realiza dentro de una temporalidad determinada se convierten en su cotidiano. Las experiencias adquiridas se vuelven vivencias que con el paso del tiempo se van guardando en la memoria.

La cultura es producida desde cada persona, se alimenta de todo lo que en el día a día se hace y se crea, tornándose en lo común de una sociedad y, automáticamente se va fortaleciendo en el momento de ser producida con los demás seres humanos.

Entender la diversidad del ser humano en todo su esplendor significa poder evidenciar las manifestaciones y representaciones cotidianas de cada grupo, lo cual ayudará a entender su cultura, y de esta manera demostrar como los individuos construyen una sociedad, en la cual están cohesionadas todas sus condiciones de vida, lo que les permitirá relacionarse con los demás y crear un ambiente de armonía. Por tanto, la riqueza cultural de un pueblo radica en la variedad de las costumbres y en la alteridad de los individuos para comprender al otro.

Construir el día a día y dentro de esto tantas vivencias, actividades, experiencias, etc que con el transcurso del tiempo se van marcando como propias, es algo genuino de cada pueblo. Mantener vivas o presentes situaciones aprendidas, heredar sabiduría, aprender a aprender es tarea que solo en grupo se puede conseguir y construir.

Formar parte de algo no es tan esplendoroso como sentir parte de un todo. La cultura posibilita esto, permite a sus miembros ser parte de una totalidad, desear seguir construyendo experiencias enmarcadas en su cotidiano.

1.2. La comunicación como eje de transmisión de la cultura.

La comunicación junto con la cultura, son fundamentales al momento de entender la praxis de los individuos, debido que se encuentra una gran variedad de lenguajes y símbolos que son interpretados por los seres humanos, además son indispensables para el proceso de entendimiento e intercambio de conocimientos.

Según Hall (1990) en Varona (2005), “la comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura.” (pág.120) Sin la participación de la comunicación en los procesos históricos sería imposible hablar de legados, de herencia, de saberes y mucho menos se esperarían que el ser humano pueda trascender en el tiempo. Si no fuera por la comunicación tampoco hubiera un desarrollo social y no pudiéramos hablar de cultura.

La cultura no puede seguir siendo leída como un atributo casi natural y genético de la sociedad. La cultura tiene que ser mirada como una construcción específicamente humana resultante de la acción social. La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza (Guerrero, 2002, pág. 51).

Cuando la cultura es entendida como una construcción humana, es todo aquello que las personas construyen en lo cotidiano y necesita esencialmente de la comunicación para desarrollarse, esta es una característica natural de los seres humanos y puede ser verbal o no verbal y se convierte en algo vital para poder expresar las ideas, entablar diálogos, compartir experiencias y seguir intercambiando información.

Estableciendo que entre la comunicación y la cultura existe un lenguaje verbal y no verbal que tienen que ser interpretados correctamente por parte de los seres humanos con el fin de llegar a un entendimiento. “La sociedad se organiza como espacio de comunicación y por consiguiente, como un sistema de reglas de comportamiento

verbal y no verbal que define un espacio de comunicación de esta índole es una cultura.” (Serrano, 1978, pág.17).

A la cultura, lo que la hace cultura es el hecho de poder prevalecer en el tiempo, característica que sin lugar a duda requiere totalmente de la comunicación. Ésta se ha convertido desde tiempos remotos en una necesidad vital que el ser humano requiere para poder subsistir. Tan importante es para las personas que ya no solo se habla de una comunicación verbal, los individuos tienen tanta necesidad de comunicarse con el resto que todo en nosotros comunica, desde el lenguaje hasta nuestro cuerpo, todo esto complementándose con el fin de que exista más lazos de comunicación con los demás.

1.3. Influencia de la globalización y de la comunicación masiva en las prácticas culturales de los pueblos dentro de las transformaciones culturales.

Las culturas cuentan con sus propias costumbres y tradiciones e incluso dentro de un mismo grupo hay distintas actividades que realiza cada miembro, pero por intervención de la globalización en algunas culturas surgen ciertas transformaciones tanto en su forma como en su fondo, por ejemplo, la pérdida de la vestimenta propia del pueblo Otavalo. La influencia de la globalización ha logrado que las generaciones actuales se alejen del legado de lo que en el pasado fueron y comiencen a experimentar nuevos cambios.

Existen distintas perspectivas para entender el papel de la comunicación sobre la cultura y su relación con la globalización. Tanto la cultura como la globalización giran en torno a la comunicación porque se sirven de esta para poder causar su efecto dentro de la sociedad.

Las prácticas culturales que realizan los pueblos están expuestas a grandes cambios debido a la globalización y a la comunicación masiva que bombardean distintas actividades y conocimientos ancestrales que son acogidas primordialmente por los pueblos subdesarrollados.

Las transformaciones culturales se dan especialmente en los mal denominados países subdesarrollados, quienes arraigarán costumbres del continente europeo y también de los Estados Unidos, alejándose de las propias tradiciones de su sociedad. Este cambio cultural toma fuerza cuando existe una interrelación de individuos de

diferentes culturas, y una conducta nueva prevalece sobre la otra, es decir, las personas aprenden y prefieren una diferente historia, un lenguaje y distintas costumbres.

La comunicación utilizada de manera masiva ha generado cambios en el campo cultural, estas transformaciones se hacen visibles en el comportamiento de las personas, en la vida cotidiana y en las relaciones sociales.

“Pensar los procesos de comunicación desde la cultura significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios” (Barbero, 1987, pág. 227), es decir, debemos comenzar a entender la comunicación como algo propio, natural del ser humano y no tanto como un proceso al que no todos pueden acceder y comenzar a construir una propia cultura, la cual se fundamente en un proceso de recepción, reconocimiento y apropiación.

Por otro lado la globalización se asocia a la revolución de los medios de comunicación, donde se evidencia un proceso de cambio que desarticula los procesos de las sociedades. En gran medida esto surge debido a la expansión del mercado, convirtiendo a los seres humanos en consumidores de información, porque los medios de comunicación en la actualidad permiten ser parte de cualquier evento para que las personas obtengan permanentemente nuevos conocimientos.

La globalización ha ocasionado un severo alejamiento de lo propio y ha posibilitado un acercamiento a lo ajeno. Pero es necesario que nos preguntemos ¿Quién o quiénes son los verdaderos causantes de este problema? Como perspectiva propia creemos que conocer otras cosas ajenas a la nuestra no es nada malo, de hecho nos serviría mucho para seguir aprendiendo y mejorando. Lo malo comenzó cuando nos empezamos a olvidar de lo nuestro, deseamos ser parte de lo ajeno y se promovió la valoración de lo externo. Obviamente, la comunicación jugó y juega un papel fundamental en este proceso, porque mediante la utilización de ésta se llega con más fuerza a la conciencia de las personas y con esto fácilmente se puede cambiar su praxis.

1.3.1. Revalorización de la cultura en sociedades globalizadas.

La revalorización de la cultura es un proceso que deben aplicar las personas que con el pasar del tiempo fueron adoptando otras costumbres no pertenecientes a las de su

pueblo y se han convertido en sociedades globalizadas y manipuladas arraigando otra identidad.

La cultura tiene que ser mirada como una construcción específicamente humana, resultante de la acción social. La cultura es esa construcción que hizo posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza. (Guerrero, 2002, pág. 45)

Las sociedades poseen una construcción propia que permite diferenciarse de las demás, porque cada pueblo tiene su propia identidad y la expresa en su cotidiano, y es precisamente este tipo de actividades, las cotidianas, las que se deben revalorizar con el objetivo de rescatar y evidenciar la cultura de cada pueblo, sin embargo los países subdesarrollados han permitido la entrada de culturas extranjeras convirtiéndose en culturas híbridas.

Para poder hablar de culturas híbridas es necesario mencionar que “la cultura no puede seguir siendo leída como un atributo natural y genético de las sociedades, la cultura tiene que ser mirada como una construcción social” (Guerrero, 2002 pág. 53) ya que es producto de acciones sociales concretas generadas por actores sociales concretos y en procesos históricos específicos.

Los seres humanos se encuentran en un constante aprendizaje en el cual se van adaptando, a través de la sociabilización y las normas culturales que les permiten llegar a construir una cultura sólida; sin embargo, por la interrelación que existe con otras culturas se llegan a involucrar nuevos conocimientos. De manera que una cultura no es estática y siempre está cambiando, por ello algunas de sus manifestaciones se conservan, otras cambian y otras desaparecen.

A través de la globalización y su efecto en la sociedad se han ido formando las culturas híbridas “las cuales se forman en base a la mezcla, unión o relación que se da entre lo tradicional y lo moderno y todo lo que conlleva esto, creencias, saberes, experiencias, vivencias, cosmovisiones e imaginarios.” (Canclini. 1989. pág. 51)

La mayoría de culturas presentan una hibridación y se han convertido en sociedades globalizadas debido a la mezcla de nuevos conocimientos y descubrimientos científicos que permiten que las sociedades evolucionen, sin embargo, no se debe

dejar de lado la revalorización de la cultura de cada pueblo poniendo en práctica actividades aprendidas desde tiempos pasados.

La hibridación se ha dado paralelamente con otros procesos como la modernización la misma que se hace presente en la vida del ser humano a través de la influencia de los medios de comunicación masiva, los cuales transmiten programas cargados de estereotipos que marcan tendencias en cuanto a la forma de vestir, de actuar y a veces hasta de pensar, esta es una forma en la cual nuestra cultura se mezcla con otras. (Barbero, 1991, pág.83).

El papel de los medios de comunicación en la modernidad es determinante, principalmente por la gran acogida que tiene sobre las personas, por lo que es primordial el reconocimiento de los procesos culturales para posteriormente darles una revalorización dentro de la sociedad y no dejar que mueran en el olvido por adoptar nuevas creencias.

Los efectos de la globalización van a seguir aumentando, y el impacto que tengan sobre la sociedad dependerá del cómo comencemos a valorizar a nuestra cultura, a lo nuestro, a lo propio y de la manera en que aprendamos a manejar el bombardeo de elementos externos que necesariamente la globalización traerá consigo.

1.4. Construcción de la memoria individual, memoria histórica y memoria social en el proceso de identificación de los pueblos.

La memoria puede ser tanto colectiva como individual, ambas se basan en las experiencias que tiene un individuo dentro de un contexto, es decir, en el conocimiento que un sujeto obtiene de acuerdo a las vivencias en las tradiciones y costumbres que ha experimentado dentro un grupo, que quedará registrado en su memoria.

“Memoria individual es una condición necesaria y suficiente para llamar al reconocimiento de los recuerdos. Nuestra memoria se ayuda de otras, pero no es suficiente que ellas nos aporten testimonios” (Betancourt, 1999, pág. 126).

Es necesario que cada persona exprese su vivencia, su experiencia y sus recuerdos para comenzar a reconstruir un hecho. Todas y cada una de las personas que

recuperen su memoria lo harán según su perspectiva sobre el hecho y no todas percibirán el hecho de la misma manera.

La actividad de recordar de un individuo le permite incorporarse a una realidad colectiva, haciendo que esta persona se sienta parte de un todo, el ser humano por naturaleza no es un sujeto solitario, no puede vivir en completo abandono, necesita de los otros para sobrevivir. Las personas deben sentirse parte de su entorno para seguir evolucionado con los demás.

Darío Betancourt (1999) define que la experiencia de cada persona se divide en dos elementos: experiencia vivida y experiencia compartida. Así, plantea que:

La primera involucra aquellos conocimientos históricos sociales y culturales que los individuos, los grupos sociales o las clases ganan, aprehenden al vivir su vida, elementos que se constituyen en los nutrientes de sus reacciones mentales y emociones frente al acontecimiento. De otra parte, la experiencia percibida comprende los elementos históricos, sociales y culturales que los hombres, los grupos, las clases, toman del discurso religioso, político, filosófico de los medios, de los textos, de los distintos mensajes culturales, en una palabra, del conocimiento formalizado e históricamente producido y acumulado. (Betancourt, 1999, pág. 126)

Mediante la memoria de las personas se va construyendo el mundo, la realidad de cada pueblo desde sus inicios, pasando por cada cambio que como sociedad han tenido que ir superando pese a todas las adversidades que se presenten en el camino de su crecimiento y desarrollo.

Cada memoria individual es un punto de vista sobre la memoria colectiva, que este punto de vista cambia según el lugar que yo ocupo, y que este lugar mismo cambia según las relaciones que mantengo con otros medios. Porque son individuos que se acuerdan en cuanto son miembros de grupos. En este, sentido, memoria individual y social se interrelacionan. (Halbwachs, 1968, pág. 128)

La memoria individual a lo largo del tiempo va a jugar un papel clave ya que es la que determinará las experiencias de cada persona, las mismas que serán

representadas en un determinado espacio y se relacionarán con las demás actividades que evoquen los otros individuos; es por eso que se menciona que la memoria individual y colectiva van de la mano, porque muchas veces la primera reprime ciertos recuerdos lo que afectaría para la construcción de una memoria social.

La memoria social está ligada completamente a la cotidianidad de un grupo, que se construye y se sustenta mediante las costumbres, eventos, actividades y tradiciones que son realizadas por un colectivo dentro de un espacio y tiempo determinado.

Frente a la memoria, la memoria social tiene un deber de primer orden, el de enseñar e instruir a quienes no tuvieron la experiencia de determinados acontecimientos. La memoria se erige como un antídoto contra el engañoso poder de la historia, contra la frialdad de las fechas, del número de sus muertos, de la parafernalia de sus celebraciones y onomásticas. La memoria colectiva posee un carácter normativo, actúa como patrón de conducta para los miembros del grupo (Blanco. 1997. pág. 7).

La memoria social es un pensamiento continuo debido a que es una conciencia compartida, por lo que la base de este pensamiento va ser la memoria de los miembros de una sociedad, los cuales mantienen vivo un recuerdo.

El carácter social de la memoria radicaría para Halbwachs básicamente en cuatro aspectos:

- 1) Un contenido social puesto que el recuerdo es un recuerdo con los otros.
- 2) Se apoya en los marcos sociales de referencia a, tales como ritos, ceremonias o eventos sociales.
- 3) La gente recuerda las memorias compartidas y recordadas conjuntamente.
- 4) Se basa en el lenguaje y en la comunicación lingüística externa e interna con otros seres significativos (Halbwachs, 1968, p.182).

La memoria más importante que va a tener un sujeto son los recuerdos con la sociedad, que se va a constituir en el conocimiento de los seres humanos, el cual se puede sustentar debido a la ayuda de la colectividad. Los recuerdos sociales de un grupo perduran y se manifiestan en el tiempo mediante las representaciones o prácticas sociales que expresa un pueblo.

Por otro lado, la memoria histórica es diferente a la memoria individual y social, porque la primera se construye en un espacio físico determinado. Cada espacio, estructura, sitio o monumento, tiene una historia que cuenta todo lo relacionado a un lugar, mientras que los otros dos tipos de memoria nacen desde el consiente de cada individuo o grupo.

Reconstruir los datos históricos de algún momento es revalorizar todos los actos realizados por las personas dentro de un colectivo y que dieron lugar a dicho evento, esta es una manera simbólica de sentirse parte de la historia de algún lugar.

La memoria histórica es un recuerdo colectivo, una evocación volcada hacia el presente del valor simbólico de las acciones colectivas vividas por un pueblo en el pasado. Es una acción que preserva la identidad y la continuidad de un pueblo, es no olvidar lo aprendido, muchas veces con sangre, es el camino para no repetir errores pasados. La memoria es un hecho transformado en sistema de valores (Benjamín, 2011, pág. 2).

Mediante el reconocimiento de la memoria histórica, los pueblos están destinados a prevalecer en el tiempo y no quedar en el olvido, las actividades que en el camino la gente vivió, deja enseñanzas y sabidurías para aprender.

En una sociedad es fundamental la recuperación de la memoria histórica, convirtiéndose en una necesidad de un pueblo debido a que la idea sobre los acontecimientos pasados va orientar la conducta presente y futura, haciendo que un pueblo al conocer su historia y al crear una conciencia colectiva, no cometa los mismos errores del pasado y forme un presente lleno de armonía.

Así, hablar de memoria es evocar al recuerdo, mediante éste las personas pueden revivir experiencias pasadas comunicándolas a las generaciones actuales, contribuyendo con esto al proceso de transferencia de saberes de un pueblo.

“La memoria es la capacidad de adquirir, almacenar y recuperar información. Somos quienes somos gracias a lo que aprendemos y recordamos.” (McGraw-Hill, 2013, pág. 136).

Tanto la memoria individual, como la colectiva y la histórica dentro de la sociedad son fundamentales debido a que sin ellas las personas no tendrían la capacidad de almacenar y aprender información, lo que provocará la falta de identidad personal y grupal en una sociedad.

Los individuos de un grupo que poseen memoria van a rescatar acontecimientos y actividades de su pasado, que se constituye en la identidad de una sociedad que se representará en la actualidad por el recuerdo personal y colectivo.

“La memoria tiene tres funciones básicas: recoge nueva información, organiza la información para que tenga significado y la recuperación cuando necesita recordar algo” (McGraw-Hill, 2013, pág. 139).

Toda memoria, al poseer estas tres funciones básicas, se basa en acontecimientos del pasado y del presente, donde recolectará nueva y vieja información, ya sea ésta parte de un individuo o un colectivo, la misma que se almacena en la memoria de cada individuo y será recordada en diferentes momentos.

La memoria social e individual es vital porque es donde almacenamos y reproducimos nuestras experiencias, es decir, gracias a la memoria podemos tener identidad, que se evidencia mediante la cultura dentro de una sociedad, donde se visualizarán las costumbres compartidas de un pueblo, mientras que las actividades que quedan en el olvido serán meras identidades pasajeras.

Las actividades que fácilmente quedan en el olvido son principalmente las que son tomadas del exterior de una sociedad, que en un determinado tiempo tienen un gran efecto dentro de un pueblo, por el valor que se le otorga a estas costumbres gracias a la información.

Los mensajes que transmiten los medios de comunicación, en los seres humanos tienen mayor impacto por la globalización, porque es un fenómeno que se impone sobre el recuerdo que las personas tienen sobre una realidad y es la principal causa para el olvido de las propias tradiciones.

En la globalización, la información se da en tiempo real, por lo que la memoria individual y colectiva es una cualidad de los seres humanos, que nos ayudará a comprender la historia con el principal objetivo de conocer la realidad y de esta manera entender las otras identidades.

La memoria de los seres humanos es frágil, especialmente si un momento determinado no tuvo mayor impacto en los individuos, este quedara en el olvido.

La memoria es un proceso dinámico de dos vías: una es el almacenamiento de sensaciones, sentimientos, cosas que hemos percibido, que hemos vivido consciente o inconscientemente. La otra vía es la de la recuperación de los recuerdos que activamos y actualizamos para usarlos en un momento determinado, para vivirlos al lado de otra percepción que extraemos de la realidad del momento en el que nos encontramos (Segovia, 2003, pág. 633).

En la actualidad muchas de las costumbres quedan en el olvido y es muy frecuente escuchar la frase “ya no son los tiempos de antes”, con esta frase las personas por lo general hacen referencia a que en sus tiempos de juventud las acciones sociales, comportamientos y pensamientos eran muy diferentes a los que hoy en día se manifiestan.

La memoria histórica, individual y social es clave para la reconstrucción de la identidad de cada pueblo. Se deben crear relatos y escritos que evidencien el pasado de una sociedad, para que la historia pueda seguir siendo contada a lo largo de los años y así fortalecer la cultura.

1.4.1. La identidad como construcción dialógica

La identidad se construye desde las personas y abarca los rasgos culturales, ideológicos, valores, creencias, estereotipos, aspectos religiosos, económicos y políticos, los cuales van a regular y determinar el comportamiento de los individuos en un contexto.

La identidad es una riqueza que dinamiza las posibilidades de realización de la especie humana, al movilizar a cada pueblo y a cada grupo para nutrirse de su pasado y acoger los aportes externos

compatibles con su idiosincrasia y continuar así el proceso de su propia creación (Carrión, 2001, pág. 1).

A pesar del intercambio de conocimientos e información entre distintos pueblos, hay que tener claro que cada sociedad posee memoria y conciencia de su propia realidad que difiere del resto. Los individuos por medio de las relaciones sociales crean representaciones simbólicas que se reflejan en la especificidad del cotidiano de la vida.

Los individuos tienen una perspectiva de las distintas identidades que los rodean, a las mismas que les dan un valor y un significado con el objetivo de interpretar las acciones que realiza el otro, donde la alteridad de las personas juega un papel fundamental para llegar a un entendimiento y obtener relaciones estables.

La identidad es “una construcción dialógica que se edifica en una continua dialéctica relacional entre la identificación y la diferenciación, entre la pertenencia y la diferencia; esto implica el encuentro dialogal, la comunicación simbólica con los “otros”” (Guerrero, 2002, pág. 102).

En las relaciones de alteridad que tienen los individuos se refleja la pertenencia y la diferencia, porque en ese proceso de diálogo y de interacción simbólica con el otro se evidencia lo propio y lo ajeno de cada pueblo, donde los individuos pueden decir “yo soy”.

La memoria no solo ayuda a identificarse en lo personal dentro de un espacio social, sino a construir nuestra identidad, es decir, a fortalecer una cultura, donde se evidenciarán signos identificativos, los mismos que se transmiten de generación en generación.

1.4.2. La identidad más allá de las raíces

La identidad está ligada a la cultura y existen varias miradas de lo que ésta representa en un determinado lugar. Podría decirse que las personas asocian a la identidad como un hecho que está dado desde el pasado o la historia de un pueblo, que a través del tiempo cada individuo va asimilando todo lo heredado, creando una esencia propia que los hará ser diferentes a los demás.

Muchas personas también asocian el tema de la identidad con el folklor. Si bien es cierto, el folklor es una manera de representación social, no se convierte en la definición de lo que es que identidad. La identidad va más allá de determinadas muestras de representaciones.

“La identidad de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales y los comportamientos colectivos” (González, 2000, pág. 43).

Así, la identidad es una construcción que con el tiempo va evolucionando, utilizando como referencia su pasado, para aprender de las experiencias y reproducirlas de una mejor manera en el futuro y no cometer los mismos errores del pasado.

Ayudándose de la interacción social que se dan en las relaciones sociales, la identidad comienza a formar parte de la cultura. Es necesario tener en cuenta todo lo aprendido, saber apreciar los saberes y enseñanzas de los tiempos pasados, pero apropiarnos de eso de tal manera que nos sirvan como materia prima para seguir aprendiendo y evolucionando en el camino. Por lo tanto, la identidad va más allá de las raíces que un pueblo pueda tener, hay que conocer el pasado para aprender, evolucionar y transformar las acciones humanas.

Hablar de identidad significa decir lo que se es y cuando nos identificamos como un algo, también nos estamos diferenciando de los otros. Por tanto la identidad es una construcción de cada pueblo que hace referencia al ¿Quién soy? o al ¿Quiénes somos?

Se podría decir que un buen comienzo para establecer la identidad de una persona o grupo es definir el sentido de pertenencia que cada individuo siente dentro de un colectivo. Por ejemplo, el sentido de pertenencia a un país es lo que nos identifica como parte del mismo y hace que puedan decir yo soy o nosotros somos ecuatorianos. De esta manera nos estamos autodefiniendo como personas que al nacer en la República del Ecuador somos ecuatorianos, y por tanto no podríamos ser peruanos o colombianos.

Existen características o rasgos distintivos que, de cierta manera permiten construir la identidad de un pueblo. Algunas de ellas son: las representaciones simbólicas tales como: lengua, vestimenta, costumbres, memoria social, creencias, mitos y saberes.

Así, la identidad no es algo que se genera y no evoluciona, al contrario es un proceso cambiante que está en un desarrollo constante. Si bien es cierto que la historia es parte fundamental de la misma, con el pasar del tiempo ésta evoluciona yendo más allá de las raíces.

Al existir varios grupos sociales, identificarse es una necesidad que no puede pasar desapercibida, esto ayudará a que se pueda diferenciar claramente un grupo del otro, porque una sociedad actúa de acuerdo a cada contexto.

Las personas de acuerdo a su realidad desarrollan diferentes comportamientos y características únicas que los hacen formar parte de un determinado grupo, de esta manera se establece la identidad y diferencia de unos con los otros.

1.4.3. La relación entre la identidad y la comunicación como instrumento de sociabilización.

La comunicación dentro de la cultura e identidad, entendidas como construcciones sociales, tiene una importancia fundamental; a través de ella las personas pueden llegar a entenderse expresando sus pensamientos, a entablar un diálogo y así difundir conocimientos de generación en generación tanto dentro como fuera de sus fronteras con el fin de inmortalizar su cultura.

Una herramienta importante de la comunicación es el diálogo que, utilizado dentro de este proceso, logrará que las personas puedan entablar una relación igualitaria para llegar a buenos términos de entendimiento.

Paulo Freire define al diálogo como “el encuentro amoroso de los hombres que, mediatizados por el mundo, lo "pronuncian", esto es, lo transforman y, transformándolo, lo humanizan, para la humanización de todos. Este encuentro amoroso no puede ser, por esto mismo, un encuentro de inconciliables” (Freire, 1969, pág. 49).

Mediante el diálogo en los procesos sociales se puede transmitir toda la herencia de un pueblo, toda la sabiduría que los ancestros legaron a las futuras generaciones para que mediante este proceso su herencia siga perdurando a través del tiempo.

Un factor importante para difundir los procesos sociales es el recuerdo, como el elemento que cada persona utiliza para traer a colación alguna situación específica. Pensar lo que en tiempos pasados las personas solían hacer, decir o conversar en su tiempo libre, es una acción que revive acontecimientos que sucedieron a lo largo del tiempo y que servirá para reconstruir la identidad de cada sociedad.

El recuerdo será un recurso que los seres humanos utilizan de cierta manera para volver al pasado. Muchos son los detalles que podrían salir indagando en la memoria de una persona.

La identidad está ligada a una historicidad que con el transcurso del tiempo va evolucionando y surgen nuevos contextos sociales, que se pueden analizar exclusivamente desde lo seres humanos que se convertirán en el eje central de este proceso de identificación.

Al dejar en el olvido el recuerdo de identidades pasadas nos alejamos del factor común que, a pesar de las diferencias del entorno, mantenemos con las demás personas que estuvieron antes en nuestro lugar, en otras palabras con nuestros antepasados.

Cada pueblo a pesar de compartir características semejantes con otros, tiene su propia historicidad, su manera de ver el mundo y de comprenderlo. La identidad es marcada por las vivencias personales y el conjunto de los pueblos.

La identidad de cada pueblo se conoce mediante la comunicación de los individuos que interactúan entre sí, por lo que sociabilizar es un proceso fundamental a la hora de transmitir y receptor conocimientos.

1.5. Representaciones sociales para fortalecer la memoria social de un pueblo.

Las representaciones sociales son construcciones simbólicas que se crean en el transcurso de la interacción de un colectivo, que permiten comunicar, entender e interpretar la realidad de una sociedad.

Según Jodelet (1984) en Materán (2008), las representaciones sociales:

Se caracterizan de manera más genérica como entidades operativas para el entendimiento, la comunicación y la actuación cotidiana. Esto es, como conjuntos estructurados o imprecisos de nociones, creencias, imágenes, metáforas y actitudes con los que los actores definen las situaciones y llevan a cabo sus planes de acción. (pág. 245)

Según Durkheim (1895) en Orellana (2008), existen diferencias entre las representaciones sociales individuales y las colectivas, “se explica que lo colectivo no podía ser reducido a lo individual. Es decir, que la conciencia colectiva trasciende a los individuos como una fuerza coactiva y que puede ser visualizada en los mitos, la religión, las creencias y demás productos culturales colectivos” (pág. 43).

Dentro de un grupo determinado las representaciones sociales son específicas y cada miembro conoce la realidad de su entorno, estas representaciones sociales son transmitidas debido a la comunicación que forma una memoria social sólida, donde un grupo concreto tendrá establecido un conocimiento que regirá la conducta de los individuos y que se reflejará en la cotidianidad, el conocimiento del sentido común.

Las representaciones sociales están establecidas por la cultura de un pueblo, abarca creencias, tradiciones, valores y estereotipos que posee una sociedad, los mismos que tienen normas regidas por los sujetos quienes ejercen un sistema de códigos únicos en la práctica.

La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. Las representaciones un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación (Moscovici, 1979. pág.18).

Parte fundamental son las representaciones sociales en la cultura, la creación o elaboración de estas permiten a las personas plasmar sus pensamientos, sus costumbres, vivencias, saberes e ideología. Compartir su identidad en todo su

esplendor con los demás, permitirá que un pueblo pueda darse a conocer y perdurar en el tiempo.

Según Tajfel (1987) en Páez (1987) propone que las representaciones sociales requieren responder a tres necesidades:

- “1. Clasificar y comprender acontecimientos complejos y dolorosos.
2. Justificar acciones planeadas o cometidas contra otros grupos.
3. Para diferenciar un grupo respecto de los demás existentes, en momentos en que pareciera desvanecerse esa distinción” (pág.300).

Estas tres necesidades se refieren explícitamente a la capacidad de los seres humanos en aceptar su realidad y todos los acontecimientos buenos y malos que en su vivir han experimentado, además de servir para explicar de alguna manera todos los actos realizados. La identificación de un grupo de otro es fundamental para establecer los aspectos únicos de cada pueblo.

Para finalizar el análisis de este capítulo podemos indicar que la memoria histórica, individual y social son primordiales para conocer la cultura, que será mediada a través de la comunicación y se evidenciará por medio de las representaciones sociales que desarrolla un pueblo.

Con la memoria individual no se recuerda todos los acontecimientos, por lo que es fundamental la construcción de una memoria social, la misma que permitirá identificar, recordar, interactuar y transmitir los conocimientos de un pueblo. La memoria social se manifiesta mediante las acciones de un colectivo que se transmiten de generación en generación evitando el olvido de las costumbres y fortaleciendo la cultura de un pueblo.

CAPÍTULO 2

RELACIONES SOCIALES, INTERACCIÓN Y ENCUENTROS COTIDIANOS DENTRO EN LOS ESPACIOS POPULARES EN LA CIUDAD DE QUITO

2.1. Espacios populares, lugares construidos en sociedad.

Las calles son el verdadero espacio social en donde todas las personas son libres de circular a su antojo, es el sitio donde la comunicación fluye en base al otro y se pueden evidenciar varias relaciones sociales ya sea entre conocidos o desconocidos. Todo lo que esté fuera de nuestro ámbito familiar es lo ajeno, pero ese calificativo no lo hace desconocido, por lo contrario, se convierte en un escenario más en donde cada persona como ser individual está obligada a encajar de cierta manera.

“En suma, el espacio es un lugar practicado. De esta forma, la calle geoméricamente definida por el urbanismo se transforma en espacio por intervención de los caminantes” (De Certeau, 2000, pág.129). El lugar simplemente hace referencia a lo físico, a lo palpable y se convierte en un espacio por medio de las personas que transitan sobre él haciendo sus actividades diarias y estableciendo relaciones sociales.

Según Lombard (2009) en Hernández (2013), “la construcción social del espacio se puede entender como la experiencia vivida por los usuarios y productores de un lugar; como el sitio donde ocurren complejas relaciones y conflictos humanos; y como un proceso continuo que nunca termina”. (pág.3)

Como se menciona, un espacio tiene una relación en conjunto con el lugar, el tiempo y la sociedad. En éste las personas van realizando sus quehaceres diarios, con el tiempo esto será su cotidiano y el escenario para que la cultura comience a formar parte de la vida de un pueblo, estableciendo lo que posteriormente será su historia.

“Los lugares tienen tres rasgos comunes: identificatorios, relacionales e históricos. Aspectos que hace que un lugar sea tanto espacial como social” (Auge, 2000, pág. 31).

Como identificarios, entendemos que un individuo dentro de un espacio determinado

debe identificarse con este, sentirse parte del mismo, con esto se lograría establecer una relación entre el individuo y su lugar de nacimiento y con el pasar del tiempo esto se convertirá en historia.

Así, los espacios populares son lugares de gran aglomeración de personas que al interactuar entre sí van formando prácticas sociales, enlazando experiencias y creando en un espacio social su historia, es decir, el espacio físico posibilita a las personas un sitio para relacionarse con los otros y desarrollar vivencias cotidianas dentro de una espacialidad.

Según Holloway y Hubbard (2001) en Hernández (2013) mencionan que “mientras la gente construye lugares, los lugares construyen a la gente” (pág.3). Se puede aludir que la relación que existe entre estos dos aspectos es que está directamente relacionados por lo que no puede haber uno sin el otro. Entre más lugares construyan las personas, serán más los espacios en donde estas puedan recrearse socialmente.

Todas las actividades que la gente realice dentro de los espacios populares harán que las prácticas populares se vayan consolidando, estableciendo así relaciones entre el espacio social y los individuos, ambas acciones con el tiempo formarán parte de la historia de un pueblo.

Los espacios populares posibilitan a las personas sociabilizar con otros: vecinos, familiares, amigos y gente en general; con esto se van afianzando relaciones interpersonales, creando el cotidiano de cada persona, formando experiencias y dando vida a cada espacio popular desarrollado por la sociedad.

2.1.1. La cotidianidad en los espacios populares y el ambiente propicio para la comunicación.

La cotidianidad para nosotros son todas las actividades, quehaceres, labores y trabajos, que una o varias personas realizan en su día a día. Pero esta cotidianidad tiene sentido cuando las actividades diarias de las personas tienen relación con los demás y se desarrollan dentro de espacios populares de relación social.

“Cotidiano se constituye en el lugar donde se "encuentran" en una dinámica compleja la vivencia subjetiva y la producción y reproducción de las estructuras

sociales” (Lindon, 2000, pág. 1). Las vivencias diarias de cada persona son las que con el tiempo se vuelven un estilo de vida, estas son realizadas en lugares específicos, los mismos que se convierten en espacios populares por la acción continua de cada individuo.

Son muchos los espacios en los que se evidencia la cotidianidad de las personas. Una tienda por ejemplo, es un espacio dentro de un barrio en el que entre vecinos se da una relación y por medio de la comunicación cotidiana se tratan temas de las vivencias de cada uno de los participantes.

Las prácticas cotidianas y funcionales asociadas con los espacios públicos representan las distintas maneras como los habitantes se relacionan con esos lugares, construyendo apego a ellos y desarrollando estrategias de apropiación que en varios casos incluyen la transformación del espacio. (Hernández, 2013, pág. 2)

La comunicación dentro de estos espacios es más fluida, más personalizada, sin lineamientos, más natural y sincera. Esto está dado porque los temas de conversación que se plantean son conocidos por ambas partes, dándoles un nivel igualitario de conocimiento del tema, logrando así que todos puedan intervenir sin problema.

Hablar sobre temas científicos, políticos, analíticos y filosóficos, crea un limitante ya que no todos tenemos las condiciones necesarias para poder desarrollar este tipo de temas; por otro lado, todas las personas sin importar el nivel académico, económico, social y de estatus, tenemos conocimiento sobre las vivencias propias que hemos experimentado y sobre vivencias ajenas que hemos escuchado.

Cuando entablamos una conversación sobre algún tema que es conocido por ambas partes existe una mayor fluidez y se puede con facilidad seguir el hilo de la conversación. Por esto dentro de los espacios sociales las personas hablan de lo que saben, por ejemplo, de lo que viven en sus casas, con sus hijos, con su marido o tal vez de lo que vieron en la calle, de lo escuchan hablar a su vecino, de lo que está pasando en la escuela de su hijo, de lo que la vecina le contó.

Otro de los lugares en los que la conversación fluye con facilidad es en el transporte público. No es raro encontrarse con alguna señora que está dispuesta a entablar una

conversación, simplemente es necesario que ocurra algún hecho que la haga recordar alguna anécdota para que ésta comience a hablar y busque quién pueda interesarse en lo que está diciendo.

“Las lavanderías y lavaderos de ropa, las hospederías, los puestos de venta de objetos “para indios y cholos”, los centros de diversión popular como las rifas, las peleas de gallos, los juegos de pelota” (Kingman, 2009, pág. 4). Así como parques, mercados, plazas, buses, tiendas, canchas, bulevares, desfiles, calles, eventos, estadios, filas, iglesias, y muchos más son los sitios en los que por la gran abundancia de personas hay más probabilidades de que se formen relaciones intrapersonales y se evidencie la comunicación cotidiana.

2.2. Globalización, transformaciones culturales y nuevos espacios populares

La globalización son transformaciones (económico, tecnológico, social y cultura) que experimenta un país, especialmente las sociedades que están en vías al desarrollo. La cultura externa a una sociedad, entra con autoridad en forma de moda provocando cambios en los individuos, especialmente implantando otras tradiciones que son arraigadas con naturalidad dentro de la sociedad.

Este fenómeno llamado globalización es ante todo económico. El Fondo Monetario Internacional (FMI) en Brassat (2002) la define como

La interdependencia económica creciente en el conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y de la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios así como de los flujos internacionales de capitales, al mismo tiempo que por la difusión acelerada y generalizada de la tecnología (pág. 67).

A pesar que la globalización se basa principalmente en características económicas, no se limita únicamente en este aspecto, sino que también es un proceso tecnológico, social y cultural.

La globalización se la entiende de diferentes maneras, por lo que considera que cuando se habla de globalización:

Se tiende a identificarla con el proceso de globalización económica,

olvidando las dimensiones política, cultural y social. Sostiene que en el campo cultural podría entenderse la globalización como el pasaje de identidades culturales tradicionales y modernas, de base territorial, a otras modernas y postmodernas, de carácter transterritorial. Además, manifiesta que las identidades culturales de la globalización no se estructuran desde la lógica de los Estados - naciones, sino de los mercados, es decir, no se basan sólo en comunicaciones orales y escritas, sino que operan mediante la producción industrial de la cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes (Moneta, 1996, pág. 2).

Este fenómeno de la globalización tiene varios efectos, especialmente en Latinoamérica. Hablando específicamente de Ecuador, el impacto que produce es negativo; ya que se da más importancia a lo extranjero y esto afecta radicalmente nuestra identidad.

Es importante mencionar que “lo producido por las culturas de los países emergentes o en los atrasados, tiene poca valoración frente a la alta valoración de los productos generados en las culturas de los países dominantes” (Caistaings, 2000, pág. 29), es por eso que se debe encontrar un equilibrio entre la tradición y el progreso, con el objetivo de que las tradiciones propias tengan un valor primordial sobre las extranjeras y de esta manera fortalecer la identidad de cada individuo.

“La globalización es muy importante ya que es la base de la creciente actividad financiera y ampliación de mercados a nivel mundial. Aunque es favorable para el sistema económico es desfavorable para la equidad social” (Touraine, 1999, pág. 194). El sistema de globalización beneficia a las personas que tienen recursos económicos para sustentar sus negocios y aumentar sus riquezas, marginando al resto de la población.

Con la entrada de grandes industrias en el mercado se incrementa únicamente la riqueza de un grupo determinado, mientras que el resto de la sociedad no solo pierde su fuente de trabajo sino su identidad, porque “la globalización solo acumula riquezas económicas y destruye la verdadera riqueza cultural y social” (Touraine, 1999, pág. 194).

Los espacios populares quedan al margen debido a la expansión del mercado y las grandes empresas que ofrecen sus servicios dentro del país, ya que gracias al avance tecnológico que tienen las compañías, han logrado prevalecer sobre los lugares populares.

Algunos espacios populares representan la tradición de un pueblo, sin embargo son escasos los lugares que continúan funcionando en la modernidad de la ciudad, debido a que las sociedades van evolucionando, lo que permite a los individuos sustituir y mejorar las actividades que realizan. .

A lo largo del tiempo se van formando nuevas identidades en las generaciones donde el conocimiento histórico es casi nulo, y el sentido de pertenencia de los espacios populares se va perdiendo y cada vez está más cerca del olvido. Las generaciones actuales desconocen sobre la evolución que ha sufrido la ciudad, es por este motivo que ahora los hábitos de las personas van a la par con la globalización que de poco va homogenizando todo.

Anteriormente los denominados espacios populares eran fundamentales para la sociedad, ya que eran el lugar de interacción social, donde las personas podían coexistir e intercambiar novedades e informaciones que acontecían a su alrededor.

Estos espacios populares básicamente eran frecuentados por las personas de bajos recursos económicos, debido a que eran totalmente gratuitos; tal es el caso de las lavanderías populares, donde varias mujeres utilizaban las piedras de lavar como fuente de sustento.

En cada país se evidencian diversas culturas y traiciones, por lo cual podemos conocer la identidad de un pueblo, mediante la cotidianidad de sus integrantes, pero gracias a la globalización y a la fuerte influencia de los países desarrollados, las nuevas generaciones son las principales afectadas, ya que son manipuladas por cualquier medio (televisión, cine, internet y música), captando el interés de los jóvenes que remplazarán sus actividades.

Los individuos en la actualidad se sienten menos ligados con su entorno, debido a la lluvia de información publicitaria que reciben y posteriormente la adoptan a sus actividades, la misma que puede influenciar y en muchos casos que prevalecer sobre

una cultura.

Estos cambios en la sociedad que son reflejo del proceso de la globalización en lo cultural, se los puede identificar en los siguientes cuatro aspectos:

- a) **Se acentúa el mestizaje cultural:** La mezcla de razas, los cruzamientos culturales, el reconocimiento de la diversidad cultural y el derecho a la diferencia, tienen un signo diferente a los fundamentalismos. Diríamos que es una tendencia contrapuesta: no se trata de construir fronteras, de excluir a los otros, sino todo lo contrario, derribar lo que separa, dialogar, crecer juntos gracias a las diferencias que son capaces de dar un plus de humanidad a cada uno de los seres humanos.
- b) **Proceso difusión cultural:** Existe la posibilidad de disponer de mayor información y conocimientos que, si bien fragmentarios y acrílicos, preparan el terreno para adquirir conocimientos y saberes de la más variada y diversa naturaleza, que ahora sólo es posible una parte de la humanidad.
- c) Se tiende a la formación de un folclore planetario a partir de temas originales brotados de culturas distintas, integrados unas veces, sintetizados otras.
- d) **Proceso de norteamericanización:** un esquema de valores y comportamientos que en lo cultural se expresa en la cultura light, que permite “entretener” a la gente fuera del trabajo; es decir, tenerla entretenida a través de los medios de comunicación (Ander, 2001, pág. 147).

Los cuatro aspectos se enfocan en la diversidad que existe en cada cultura y la difusión de los conocimientos, que es opacada por quienes controlan los medios de comunicación y se encargan de manejar el flujo de la información de acuerdo a sus beneficios.

2.2.1. Los medios de comunicación y las transformaciones culturales.

Al hablar de globalización es importante relacionarlo con la comunicación, ya que

este fenómeno puede expandirse rápidamente gracias a los medios de comunicación, que son los encargados de transmitir información masiva a cualquier parte del mundo.

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales (Rodríguez, 2001, pág.2).

A través de los medios de comunicación se puede emitir información desde cualquier parte del mundo y de esta manera las personas pueden conocer las tradiciones de diferentes culturas que existen en el mundo, por lo que existe también la posibilidad de transmitir su ideología sin restricción alguna, sin embargo esto es posible únicamente para las grandes potencias que controlan los medios de comunicación.

En la actualidad los países encargados de los medios de comunicación hegemónicos determinan que información se transmite y pueden ejercer influencia sobre la sociedad; como menciona Pablo Bravo (2005), “así también, el pasado pierde espacio en la memoria del ser, se vive lo presente, se busca lo nuevo, atrae lo desconocido, la historia pierde terreno” (Bravo, 2005, pág. 72).

Con la pérdida del pasado, los medios de comunicación y la globalización, las sociedades van unificando las tendencias que tienen que ver con la moda, el lenguaje y la cultura, pero esto es posible gracias al bombardeo de información que llega a los pueblos.

Debido a la información que se maneja por parte de los medios de comunicación, esta puede ser manipulada por quienes controlan los medios antes que lleguen al receptor, por lo que las grandes potencias buscan sus beneficios, además de implantar sus ideales.

Con la presencia de los medios de comunicación en la sociedad, se da apertura a

nuevas identidades dentro una cultura, permitiendo que la identidad propia de un pueblo pierda el valor y su significación dentro de la sociedad, dando mayor predominancia a las representaciones que son transmitidas por los medios de comunicación.

Los medios de comunicación junto con la globalización dan paso a las transformaciones culturales, que son:

Asimiladas como nuevos patrones de conducta social, económico, cultural, que las sociedades han experimentado a través del paso del tiempo; en donde se han presentado cambios culturales, tecnológicos y de pensamiento, que han marcado etapas en la historia de la humanidad (Fernandez, 2012, pág. 4)

Las transformaciones culturales representan cambios en varios aspectos de la sociedad como el económica, político y social, que en la actualidad toman fuerza por la evolución de la tecnología. Los medios de comunicación facilitan el acceso a la información, pero prevalecerá las ideologías de las grandes potencias sobre los países subdesarrollados.

Los medios de comunicación y las transformaciones culturales van de la mano, ya que la información que se transmite tiene influencia sobre la sociedad, alterando el pensamiento y los sentimientos de los individuos.

Por la globalización se pierde el sentido de identidad, porque estamos invadidos de estereotipos externos a nuestra realidad, perdiendo nuestras costumbres y tradiciones, el momento que asumimos estos modelos extranjeros.

Se concluye que todos los individuos comparten la memoria colectiva de un pueblo, pero en la actualidad se ha modificado tanto el estilo de vida de los individuos, debido a la influencia de los medios de comunicación y la globalización que han provocado cambios de personalidad, creencias y actitudes, convirtiéndose en las nuevas prácticas sociales de la sociedad y formando nuevos espacios de encuentro.

2.3. Nuevos espacios populares y la comunicación generada por las vivencias globalizadas

Lo popular desde siempre ha estado sobreentendido en la sociedad como las costumbres o tradiciones que se celebran en los sectores rurales de un país, en donde los bailes típicos, la vestimenta, el folckore, son la esencia misma de la tradición y todo esto está alejado de lo que en las ciudades contemporáneas se puede vivir. (García, 2004, pág.43)

Cuando nos referimos a lo popular es más que solo fiestas, bailes y vestimentas tradicionales de sectores rurales; también en las ciudades hay sitios en donde la gente en su diario vivir construye costumbres, experiencias, tradiciones, etc.

Hoy en día, se podría decir que los espacios populares se han modificado por la realidad que se vive y uno de los tantos factores que ha contribuido al desarrollo de esta nueva realidad son los medios de comunicación, que día a día bombardean de información externa a la sociedad provocando que la gente se centre en todo lo exterior dejando de lado lo propio, lo interno.

Se generan así nuevos espacios populares, y con ello las prácticas sociales también evolucionan. Esto se puede evidenciar claramente en los comportamientos de las personas en dichos espacios, sin embargo también existen comportamientos sociales que no han cambiado en fondo pero si en la forma. Por ejemplo, hace un par de años era muy común ver personas comer comida en plena calle o en los parques, ahora esto aunque todavía se practica es más usual ver a las vendedoras organizadas en puestos en los que comercializan su comida. Con esto las personas que deseen probar su sazón tiene ya un asiento en donde pueden deleitar la comida.

En esta línea, Jesús Martín Barbero (1981) habla de la marcada diferencia entre los mercados y los supermercados. Se podría decir que los mercados son un espacio popular desde épocas pasadas, y ahora los supermercados son los nuevos espacios populares. En ambos, las personas realizan las mismas acciones, sin embargo, cada uno de estos sitios tiene características propias que los diferencian. Barbero también nos habla de la marcada diferencia entre los mercados populares y supermercados, describiendo detalle a detalle su estructura.

El entorno de la plaza de mercado es un montón de “negocios” heterogeneidad complementaria, y ubica las relaciones de la plaza no sólo con su exterior físico sino, sobre todo, en su rol de lugar articulador de prácticas que en la cultura burguesa se producen separadas, pero que en la cultura popular están siempre juntas, revueltas, atravesadas unas por otras. La plaza de mercado no es el recinto acotado por unas paredes, sino la muchedumbre y el ruido, los desperdicios amontonados o dispersos, todo lo que se siente, se ve, se huele desde mucho antes de entrar en ella. (...) El entorno del supermercado es complementario también, pero solo en cuanto sistema: otros almacenes cuya diferencia con el supermercado es que son especializados. Complementariedad, por tanto, uniformada: en el orden, la funcionalidad, la seguridad y la publicidad; y en esa masa de carros particulares que circunda y envuelve el supermercado como un cinturón de identidad, y por tanto de exclusión. (Barbero, 1891, pág. 6)

Es tan marcada la diferencia que existe entre el mercado y el supermercado por lo que podemos decir que la comunicación dentro de los supermercados no es popular ni se la relacionaría con lo cotidiano por varias razones, la primera porque el supermercado desde su estructura está diseñado para que los productos que ofertan estén a la vista de los compradores, todo tiene un orden específico que las personas muy pocas veces tienen la necesidad de preguntar algo. La segunda razón sería que las ocasiones que existe algún tipo de acercamiento entre las personas la comunicación es muy comercial y consumista, tal vez se habla de que marca es mejor o quizá de que han lanzado un nuevo producto.

Por otro lado el mercado está hecho para relacionarse con los demás, desde el momento en que se entra al mercado conversas con la mujer que se acerca a ofrecerte los tomates o las especias. Existen dinámicas de encuentro, no es difícil encontrarte con una vecina que te diga que por la esquina están vendiendo mejores frutas o verduras.

En el supermercado a la gente se las ve como simples compradores, por tal motivo lo principal es tener todos los productos al alcance de la mano de cada persona, en cambio en los mercados a las personas se las ve como caseros, quienes cada vez que

vayan a realizar sus comprar siempre acudan al puesto para adquirir lo que deseen y lo principal es darles un buen trato y ofrecerles buenos productos a menor precio.

Las lavanderías populares son otro espacio popular en donde las personas acuden por la necesidad de tener sus prendas de vestir limpias. Esta práctica a pesar del paso del tiempo todavía se la vive, sin embargo, actualmente este espacio se lo ha intercambiado por las lavanderías modernas que presentan un espacio lleno de lavanderías eléctricas en donde las personas colocan una moneda de un dólar, meten sus prendas al aparato y este comienza a funcionar.

En el primer caso existe un mayor acercamiento entre las personas que forman la lavandería, se establecen relaciones de amistad y compañerismo y hay una gran probabilidad de que se generen prácticas sociales alternas al simple hecho de lavar, por ejemplo mingas en donde todas las personas que asisten a lavar tienen que limpiar toda la lavandería.

En cambio en las lavanderías actuales no existe probabilidades de que se establezcan relaciones interpersonales porque el ambiente no se presta para este hecho, cada persona va a realizar lo que necesita y no tiene interés en establecer amistades con los demás que van a hacer lo mismo y con la misma intención.

2.4. Identificación de los diferentes lugares populares en la ciudad de Quito

En la ciudad de Quito la gente se congregaba en espacios populares como plazas, iglesias, mercados, parques, peluquerías, lavanderías, cantinas, entre otros. Estos lugares eran utilizados como sitios de encuentro, comercio, actos religiosos e interacción social.

Quito es una ciudad que tiene una gran riqueza cultural, donde los individuos tienen varios espacios populares para reunirse. Uno de esos lugares es su centro histórico, y en específico La Plaza Grande, que en la actualidad a sus alrededores se encuentran locales comerciales, El Palacio de Gobierno, La Catedral, el Municipio y El Arzobispo.

Esta plaza era el punto de encuentro donde la gente se reunía a dialogar y comentar temas políticos y culturales de la época; en la actualidad se reúnen adultos mayores,

en su mayor parte jubilados para recordar viejos recuerdos, jóvenes trabajadores, individuos que se acercan a los sitios comerciales y extranjeros que visitan este lugar histórico.

A diferencia de los mercados y las lavanderías, que eran espacios destinados principalmente para el trabajo de los individuos, existían lugares predestinados para la distracción, entretenimiento y ocio de las personas, como los parques.

“Los parques se definen como áreas urbanas o rurales con medianas extensiones, además se constituyen por la agrupación de los espacios abiertos apropiados para la ejecución de actividades” (Córdova, 2005, pág. 15). Los principales parques eran el del Arbolito, La Alameda y El Ejido, en estos espacios las personas se reunían en familia a compartir los juegos tradicionales como los cocos, trompos, canicas y el sapo.

Además de los espacios de trabajo y entretenimiento, las personas en la ciudad de Quito, compartían creencias y valores por lo que la mayoría de la sociedad asistían a los lugares sagrados, como La Iglesia católica, donde se realizaba la celebración de la misa, y posterior a ello se reunían a comentar cualquier detalle que sucedió en el barrio.

Otro lugar considerado como popular en Quito, son los mercados, lugar de encuentro en donde principalmente se realizaba la actividad de comercio, los campesinos y comerciantes sacaban a la venta sus productos, y era el lugar donde interactuaban compradores y vendedores. Los vendedores dialogan con sus clientes con mucho respeto, confianza y cariño para persuadir en ellos con el objetivo de vender sus productos.

Además del mercado, las lavanderías populares son utilizadas como herramientas de trabajo, donde las mujeres acudían a lavar la ropa de sus familias, pero posteriormente se convertiría en una forma de ganarse la vida, ya que varias mujeres recorrían las casas de los barrios prestando sus servicios de lavanderas. Mientras desarrollaban esta actividad, comentaban su vida personal y del resto de las familias del barrio, popularmente conocidos como “chismes”.

Hoy en día los espacios populares han cambiado, las plazas y mercados han sido remplazados por los centros comerciales, que concentran varios servicios como cines, lavanderías, patios de comida, bancos, recreación, cafeterías y almacenes, los individuos asisten a estos lugares para realizar una actividad específica más no para interactuar entre otras personas.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE CASO DE LAS LAVANDERÍAS POPULARES DE QUITO

3.1. Las lavanderías populares de la ciudad de Quito: lugar de encuentro y memoria social.

Son tantos los espacios populares que encontramos en nuestro país, entre ellos: mercados, plazas, lavanderías, cementerios, iglesias y parques, todos están llenos de características que los hacen únicos y las personas que han pasado por estos sitios, han sido parte de su memoria, han sido los y las responsables de crear su historia día tras día.

En el caso puntual de las lavanderías populares en Quito, se podría decir que hace algunos años ir a estos lugares era una necesidad de las personas para poder lavar su ropa. Esta práctica social surge por no tener un lugar propio en donde se puedan lavar las prendas de vestir

Actualmente, a pesar de la globalización que trajo consigo las lavadoras automáticas, todavía se encuentran personas que una vez más por necesidad asisten a las lavanderías para poder lavar sus prendas.

Sin embargo, muchos de los jóvenes hoy en día no saben lo que es una lavandería popular, desconocen su existencia. Para combatir este desconocimiento es necesario recurrir a la memoria social de las personas que en años pasados tuvieron que ir más de una vez a estos espacios populares.

Esto de alguna manera ayudará a revivir aquellas prácticas sociales que hasta tiempos actuales, se practican, no por moda sino más bien por necesidad y lo más importante, permite revalorizar estos lugares populares como espacios de encuentro, por lo tanto de diálogo y comunicación.

El uso de las lavanderías populares es totalmente gratuito. Las personas que asisten a estos lugares, únicamente deben mantener en buen estado su espacio de trabajo, respetar los horarios y asistir a la minga que se realiza una vez cada mes.

La lavandería le da vida al sector en donde esté ubicada. Todos los días se puede ver como los usuarios (niños, mujeres y hombres) van llegando con tinajas llenas de ropa para comenzar un día más de labor. Este espacio popular aparte de ser una fuente de trabajo, es un lugar de encuentro donde las mujeres se registran antes de ir a cualquier piedra de lavar y mientras realizan sus labores no falta la conversación con su vecina.

El diálogo entre los individuos les permite conocerse entre ellos, ya que no todas las personas que asisten a este lugar son de un mismo sector. Los usuarios más jóvenes van aprendiendo especialmente de quienes llevan años realizando este quehacer, especialmente los hijos de las lavanderas.

Este es un trabajo que las mujeres han realizado desde hace varios años y para mantenerlo vivo de generación en generación, se necesita fundamentalmente; el diálogo, que permitirá crear una memoria tanto individual como social en un pueblo.

Esta memoria se mantiene viva porque las mujeres no han dejado en el olvido la costumbre de lavar la ropa en estas lavanderías, incluso esta actividad continúa siendo una necesidad, en la actualidad hay niños que se dedican a este trabajo, para ayudar a sus familiares.

Es importante rescatar que la comunicación y el diálogo son fundamentales en este espacio, porque permiten crear un ambiente armónico de trabajo y convivencia entre los usuarios.

Mantener viva esta actividad dentro de la sociedad es fundamental, por lo que se tomó como objeto de estudio las lavanderías de “Chiriyacu”, “De Los Milagros” y “La Ermita”, se realiza una descripción de su localización y posteriormente se mencionará algunos personajes que resaltan la importancia de las lavanderías populares.

3.2. Lavandería Chiriyacu una realidad admirable

3.2.1. Barrio tradicional de Chimbacalle

Chimbacalle es un barrio emblemático de la ciudad de Quito, su origen data de la época de los indígenas y su nombre original fue “Pillcokancha”; “este nombre

perduró hasta fines del siglo XVI. Posteriormente cambia su nombre a San Juan de Machangara y era habitado principalmente por Casiques Panzaleos, Sigchos y Puruhaes.” (Alvarado, 2000, pág. 67)

El nombre de Chimbacalle, palabra híbrida entre el castellano (calle) y el kichwa (chimba), significa “Calle de en frente”; en la actualidad sus límites son: “al norte con el Río Machangara, al sur y al este con la Avenida Napo y al oeste con la Avenida Carlos María de la Torre.” (Alvarado, 2000, pág. 68)

En 1908 llegó el ferrocarril y con esto el barrio Chimbacalle empezó a cambiar drásticamente. La estación del tren dio apertura varios lugares de comida, cantinas y hospedaje. Con el pasar de los años las fábricas se instalaron cerca de la estación convirtiendo al sector, en una zona industrial y residencial, ya que en ellos habitaba los obreros de las fábricas y trabajadores del ferrocarril.

“El crecimiento demográfico del sector permitió tener lugares de gran importancia para la sociedad como la Iglesia Antigua, el Teatro México, fábricas textiles como La Internacional” (Alvarado, 2000, pág.2), el estadio de Chimbacalle y la lavandería de Chiriyacu, que se convirtieron en lugares de encuentro, trabajo e entretenimiento para los individuos.

El barrio de Chimbacalle pertenece a la parroquia Eloy Alfaro, en la actualidad muchas de sus edificaciones han sido remodeladas pero en general todo el barrio conserva su esencia tradicional.

Actualmente el barrio de Chimbacalle cubre varias necesidades a sus habitantes, con respecto a la salud en este lugar se construyó el Centro de Salud No. 2; para recreación de los más pequeños, el Municipio de la Ciudad de Quito remodeló el parque Pobre Diablo ubicado en la avenida Napo y Alpahuasi.

El sector de las 5 esquinas es conocido por su gran variedad de comidas típicas, especialmente los deliciosos morochos y por su peculiar estructura porque tiene 5 esquinas que permite diferenciar de las demás calles.

3.2.2. Retrato escrito de la estructura de lavandería Chiriyacu

La lavandería popular de Chiriyacu es una peculiar lavandería, ubicada en Chimbacalle que ha permanecido intacta al paso del tiempo; después de muchos cambios sociales y económicos en la comunidad y la ciudad en general. El Ilustre Municipio de Quito sigue manteniendo la lavandería para ayudar a gente de escasos recursos, como lo ha hecho desde hace ya veinte años.

Como todas las lavanderías comunitarias, ésta se encuentra en uno de los barrios más representativos e históricos de la Capital del Ecuador, precisamente está situada en el barrio de Chimbacalle, en el sector de las Cinco Esquinas, en la calle Bartolomé Alves para ser más exactos, y colinda con la calle Diego Ocampo.

Su fachada está llena de historia y misticismo, una pequeña placa la reconoce como símbolo patrimonial de Quito. Tiene las huellas de relatos y experiencias que cuentan sus visitantes. Al pasar por el umbral de la lavandería es como si el tiempo se hubiera detenido. Frente a la entrada está una pequeña representación religiosa de Jesús del Gran Poder, de quien son muy devotos.

Dentro de la lavandería se pueden encontrar treinta y dos piedras de lavar con su respectivo tanque y grifo de agua. El primer grupo consta de nueve piedras, el segundo de catorce y finalmente el tercero con nueve.

Existe una segunda parte de piedras de lavar que se fabricaron posteriormente para tener más sitios en donde la gente pueda lavar la ropa con comodidad. En esta segunda sección existen treinta y nueve espacios adicionales que se encuentran debajo de la sala comunal del barrio, al fondo de esta sección están los servicios higiénicos, que cuentan con las baterías sanitarias funcionales.

En la primera sección de piedras de lavar, vive doña Hilda, que se encarga de administrar toda la lavandería desde hace 8 años, tiene su pequeña bodega en la parte superior de la segunda sección donde guarda todos sus implementos con el fin de tener en orden el local para cuando el supervisor municipal los visita para la revisión.

3.2.3. Tradición y realidad de la lavandería Chiriyacu.

En el año de 1957 se construyó la lavandería de Chiriyacu dentro del barrio Chimbacalle; han pasado cincuenta y siete años y todavía hay varias personas que son usuarias de este servicio municipal.

Dentro de la lavandería de Chiriyacu se puede ocupar el agua a su conveniencia, siempre y cuando no la desperdicien y sepan administrarla con el único fin de lavar la ropa, sea esta ajena o propia. La posibilidad de lavar ropa ajena brinda a las mujeres y hombres la oportunidad de trabajar dignamente, además de ahorrar en el uso del agua por lo que la ganancia es un poco mayor.

El horario de apertura de la lavandería de Chiriyacu es a partir desde las 7 de la mañana hasta las 2 de la tarde de lunes a sábado, a excepción de los días miércoles que doña Hilda tiene su día libre.

En esta lavandería se realiza una minga cada tres meses en la que todas las usuarias se encargan de cortar la hierba que crece dentro de las instalaciones y por sus alrededores. A pesar de que la encargada realiza la limpieza diaria de la lavandería, en las mingas siempre colaboran todos los usuarios en el aseo, lavando las piedras, trapeando el piso y barriendo el patio.

Para este tipo de actividades el municipio, por gestión de doña Hilda, les dota de instrumentos para que puedan dar el mantenimiento a las lavanderías como son: escobas, rasqueteadores, detergente, desinfectante, fundas de basura y cada dos años les entregan pintura para pintar la fachada para mantener en buen estado la lavandería, ya que el municipio una vez por semana envía a supervisores que visitan las instalaciones y observan el estado en el que se las mantiene

Hace aproximadamente 10 años, las mujeres de las lavanderías se organizaban para celebrar la misa de Jesús del Gran Poder. Cuenta una lavandera que esta actividad se realizaba dos veces al año y consistía en ofrecer una misa en las mismas instalaciones. Esto con el paso del tiempo ha ido desapareciendo ya que las personas que tomaban la iniciativa han fallecido.

Otro servicio que se ofrece en la lavandería de Chiriyacu es el de facilitar a los indigentes una ducha para que se puedan asear y posterior a esto lavar su ropa. Doña Hilda se encarga de brindarles toda la ayuda posible para que los usuarios puedan asearse.

Desde su creación hasta hoy la lavandería popular de Chiriyacu se ha convertido en algo más que un simple lugar donde los usuarios pueden ir a lavar sus prendas de vestir, es un espacio de sociabilización que permite a los individuos relacionarse y compartir entre ellos, lo que genera un buen ambiente de trabajo entre los usuarios.

3.2.4. Personajes representativos dentro de la lavandería Chiriyacu

Hilda Beatriz Zapata Cando desde hace ocho años se hizo cargo de la lavandería de Chiriyacu. Años atrás, doña Hilda trabajaba en horario rotativo limpiando baños públicos, diecisiete años trabajó en unos baños de Luluncoto, hasta que se la ubicó en este lugar porque su mamá la señora Inés Cando Iturralde se iba a jubilar y le heredó su puesto en las lavanderías.

Como beneficio de su labor, doña Hilda vive dentro de la lavandería de Chiriyacu y cobra un sueldo por su trabajo. Hilda cuenta:

Que en los años que lleva dentro de la lavandería nunca se han presentado mayores problemas porque ha sabido seguir las reglas y consejos que le han dado para que todo funcione correctamente, como son: nunca hacerse cargo de las pertenencias de las usuarias, siempre aclararles que es responsabilidad de cada una dejar limpia la piedra que ocupan, no traer cosas de valor a la lavandería y finalmente no dejar nada en las piedras de lavar. (Zapata, 2014)

Otra mujer que todos los sábados va a lavar su ropa durante ya 10 años es la señora Susana, desde temprano se la ve parada en su piedra acompañada de su hijo. Para la señora Susana al tener que trabajar de lunes a viernes, el sábado es el único día que puede lavar su ropa.

Al igual que muchas mujeres, Susana arrienda un cuarto en una calle más abajo de las lavanderías, en el que los dueños de casa no les permiten usar el agua potable para el lavado de ropa, por tal motivo se ve obligada a ir a las lavanderías municipales.

El cotidiano que viven estas mujeres se desarrolla dentro de lavandería que es su espacio social, esta actividad diaria en ir a lavar la ropa se convirtió en un estilo de vida, el cual con el pasar del tiempo va formando historias de vida que se convertirán en la memoria establecida dentro de un espacio social.

3.3. Lavandería La Ermita una realidad admirable

3.3.1. Barrio tradicional de San Roque

San Roque es un barrio de Quito que hace varios años unía al sector rural con el urbano. Este lugar fue considerado como “barrio bravo”, ya que aquí surgieron las primeras revueltas quiteñas, de familias de artesanos, indígenas y campesinos, que se unieron por la inconformidad con el Gobierno de los españoles.

Este barrio es un espacio de mucha mística e historia, existen varias leyendas y cuentos sobre el surgimiento de San Roque, por ejemplo:

Una antigua leyenda cuenta que a inicios de la época colonial vivía en las inmediaciones del actual barrio San Roque, un cacique indio que sufría de una grave herida, infectada por el uso de medicina natural: orina, telas de araña y hierbas. El enfermo se encomendó a San Roque, un santo muy popular contra las pestes, adquirió su imagen y al sanar milagrosamente se lo atribuyó a su intercesión. Este hecho se divulgó provocando que los vecinos acudieran a venerar la imagen. Se generalizó entonces el nombre de San Roque que este sector de la ciudad y solo más tarde el Obispo de Quito, fray Luis López de Solís conformó, a finales del S XVI, la parroquia con su respectiva iglesia, Gonzales Suarez dice que se le adjudicó un solar que pertenecía a un hijo del Inca Atahualpa (Bravo, 2009, pág. 178).

Los lugares principales que tiene el barrio de San Roque son la iglesia, el convento, el mercado, la lavandería La Ermita, el ex Penal García Moreno, el antiguo Colegio Central Técnico, El Museo Del Agua, el bulevar de la Avenida 24 de Mayo, entre otros lugares que se convirtieron en espacios de convivencia social.

La entrada a este legendario barrio ha sido la esquina de las calles que hoy conocemos como Rocafuerte y La Imbabura, por el norte hasta la Mideros, mientras que por el lado sur terminaba en la quebrada Jerusalén, esta delimitación no ha variado, aunque al rellanarse la quebrada pasó a denominarse Avenida 24 de Mayo (Espín, 2009, pág. 10)

San Roque goza de una gran diversidad de comercios y lugares turísticos. Por sus calles transitan comerciantes, peatones, moradores y turistas. El barrio es conocido por la mayoría de los quiteños como un sector inseguro pero también “sus instalaciones son percibidos como espacios de acogida porque dentro de ellos es posible reproducir relaciones complementarias y de reciprocidad económica entre los miembros de una familia” (Kingman, 2012, pág.27), uno de estos espacios es el mercado donde hay más afluencia de individuos y se puede percibir una buena relación entre todas las personas (compradores, vendedores, extranjeros).

3.3.2. Retrato escrito de la estructura de Lavandería Popular La Ermita

La lavandería La Ermita está ubicada en San Roque, específicamente en las calles Bolívar y Quiroga. Este espacio es muy amplio, pero su infraestructura exterior se encuentra muy desgastada. En la parte superior de la construcción se puede leer “Lavandería Municipal” y el año de fundación, 1950, mientras que en la parte inferior está escrita la frase, “Una ciudad limpia no es la que más barre sino la que menos ensucia.”

Una pequeña puerta negra es la entrada a esta lavandería, que da paso a un lugar extenso lleno de piedras de lavar una a lado de la otra, con cubetas de todos los tamaños llenas de ropa y agua. Estas piedras de lavar se encuentran bajo techo para

que los usuarios puedan realizar su trabajo sin ningún problema.

Además en este espacio cubierto, se encuentra la imagen de la Virgen, decorada por varias flores, mientras que en la parte de afuera, expuesto al sol, se hallan armados tubos y alambres, que constituyen los tendedores, y a su costado un pequeño espacio verde, con juegos para que los hijos de las lavanderas se entretengan, mientras ellas lavan. Finalmente en la parte posterior se encuentra un cuarto, que es habitado por una señora, quien es la encargada de esta lavandería.

3.3.3. Entre jabón y agua, el tiempo pasa en La Ermita

La lavandería La Ermita, fue construida en 1950 en el barrio de San Roque, la administradora Sadia Mosquera cuenta “que las personas más necesitadas puedan lavar la ropa con libertad, porque en muchas ocasiones los dueños de las casas no permitía que los inquilinos usen el agua.” (Mosquera, 2014)

El día dentro de esta lavandería comienza a las siete de la mañana, las personas se forman en la puerta de la entrada que está ubicada en la calle La Ermita. Doña Sadia Mosquera, quien es la encargada de cuidar las instalaciones desde el año 2000, abre la puerta y ubica a cada persona en una piedra que cuente con todo lo necesario para que pueda ser ocupada: llaves de agua, desagüe destapado, tapón del tanque y flautas destapadas, además les asigna alambres para que puedan colgar la ropa. La repartición es indistinta, no siempre ocupan la misma piedra, a excepción de las usuarias fijas, así llaman a las mujeres que desde años van a estas lavanderías y ocupan siempre la misma piedra de lavar.

En la lavandería La Ermita existen noventa piedras de lavar en total, pero solo ochenta funcionan correctamente, esto no es un problema porque según la encargada diariamente cuarenta personas aproximadamente asisten a este lugar. Al ser este un lugar público, nada tiene precio: el agua, la entrada, las instalaciones en general son de uso libre, no hay costo alguno pero si hay normas internas que se deben cumplir.

Cuando hay una mujer nueva que desea ir a lavar primero tiene que asistir a la minga, este es un evento que realizan el último viernes de cada mes. La encargada

les designa según la asistencia de las mujeres de dos a cuatro piedras de lavar para que realicen el aseo general. En esta limpieza tienen que cepillar las piedras para sacar el cebo del jabón que queda después de lavar la ropa, luego con la escoba refriegan los tanques que al estar llenos de agua comienzan a ponerse resbalosos, los desagües de agua los limpian con rasqueteadores, el piso lo blandean con agua y finalmente cortan la hierba que crece alrededor del patio donde están los alambres. Esta actividad dura una hora, luego cada una puede comenzar a lavar su ropa normalmente.

Todos los implementos que se ocupan para la minga tienen que ser traídos por cada una, porque a pesar de que las lavanderías son municipales no reciben mucho apoyo por parte del municipio.

A pesar de que esta actividad ya es conocida por todas, doña Sadia se encarga de avisarles con anticipación la fecha en el que este evento se va a llevar a cabo para que cada uno lo tenga presente y no haya pretextos para faltar ese día. Sin embargo, cuando alguien no puede venir ese día tiene que avisarle a la encargada con anticipación, esto es permitido pero no de forma recurrente y si la situación persiste la encargada habla con la persona involucrada para llegar a un acuerdo.

Asistir a la minga es un requisito fundamental para acudir a la lavandería todo el mes, pero muchas veces hay personas de paso que necesitan lavar sus prendas de vestir por una vez, en estos casos doña Sadia les ubica en una piedra, permitiéndoles lavar pero antes de que se retiren les indica que deben dejar limpia la piedra ocupada.

La hora de entrada a la lavandería es de siete de la mañana hasta las doce del mediodía, pasado este tiempo ya no es permitido entrar a ocupar las instalaciones ya que la hora de cerrada está próxima, a las dos y treinta de la tarde se cierra la lavandería hasta el día siguiente. Esto únicamente sucede de lunes a viernes ya que fines de semana y feriados se encuentra cerrada.

Cuarenta años atrás esto era totalmente diferente, como cuenta doña Delia

Las lavanderías abrían todos los días incluyendo fines de semana,

además la asistencia de personas era más común que ahora, todas las piedras estaban ocupadas por las fijas que en ese tiempo eran más, por lo que para otras mujeres que deseaban lavar la espera era más larga, a pesar de que la hora de entrada era a las cuatro de la madrugada (Veloz, 2014).

En el diario vivir de las lavanderías, el respeto, la tolerancia, la amistad, la colaboración son valores que predominan. Todas tienen una buena relación y están prestas a colaborar en todo, por ejemplo cuando se daña alguna llave de una piedra todas colaboran con dinero para poder comprar el repuesto y arreglar.

Aunque cada una es responsable de cuidar sus cosas cuando ven que entra alguien desconocido, dan la alarma de alerta y todas toman atención a la situación para prevenir cualquier robo.

Los malos entendidos o chismes ya no son comunes como dice Mónica, una de las “fijas”, todo se habla en el mismo momento que se percibe algo extraño para poder convivir con tranquilidad y armonía.

Una lavandera cuenta “que hace algunos años dentro de la lavandería el 31 de Mayo se celebraba la misa de la Virgen de Marianita de Jesús. En esta fiesta había sacerdotes y todos cooperaban para la misa y la comida” (Mónica, 2014), pero en la actualidad ya no se practica esta actividad que reflejaba la fe de las personas.

Día tras día se viven cosas nuevas en la lavandería La Ermita, es un lugar que resalta el esfuerzo, la dedicación, el empeño y la lucha diaria de usuarios ejemplares que para salir adelante en la vida lavan ropa ajena, por lo que son muchas las cosas que se puede aprender y valorar en este tipo de espacios. Es por esto que los individuos deben generar tanto una memoria individual como social para revalorizar estas lavanderías populares, que además de ser un sustento para mantener una familia se ha convertido un espacio de encuentro y diálogo que los usuarios utilizan mientras realizan sus actividades.

3.3.4. Personajes representativos dentro de la lavandería La Ermita

Sadia Mosquera es la mujer que cuida las lavanderías desde el año 2000, es una empleada municipal y su función principal es mantener en buen estado las instalaciones, asegurarse que no se desperdicie el agua y que esta sea bien utilizada, tener limpios los baños, repartir las piedras entre las usuarias, mantener el orden y la armonía entre todas. Su vivienda está dentro de las lavanderías y por su labor recibe un sueldo por parte del municipio. La administradora expresó que el municipio da a la persona más necesitada la vivienda y le hace responsable de la lavandería, esto por tiempo indefinido hasta que llegue el día de su jubilación.

Sadia, años atrás buscaba fundaciones, clubs o patronatos para que por navidad les entreguen algún presente a las mujeres de la lavandería, pero ahora por orden municipal ya no son permitidas este tipo de actividades en las lavanderías.

Todos los días a partir de las dos y treinta de la tarde que se cierra la lavandería, Sadia realiza una limpieza de todas las piedras de lavar que fueron ocupadas ese día, se asegura de que todo esté en perfecto estado para que al siguiente día otra usuaria pueda hacer uso de la piedra sin ningún problema.

Sadia es una mujer alegre, amable, siempre está presta a ayudar a todos, es muy atenta, tiene una buena relación con todas las mujeres de la lavandería, trata de hacer su trabajo lo mejor posible porque sabe que está encargada del cuidado de un bien social.

Otra usuaria es Delia Veloz, una mujer de aproximadamente setenta y cinco años que ya hace 40 años acude a la lavandería y, vive al sur de la ciudad de Quito. Su día empieza a las seis de la mañana cuando se dirige a coger el bus que le dejará en la lavandería. Los clientes le van a dejar la ropa directamente y al final del día tienen que ir a retirarla, algunas veces logra entregar la ropa seca, pero esto depende del clima.

Delia Veloz además de lavar su propia ropa se encarga de limpiar prendas ajenas, por la docena de ropa cobra un dólar con veinte y cinco centavos. Doña Delia cuenta

“que cuando era joven ayudaba a lavar de otras personas, y de esta forma se fue haciendo conocida y ganando clientes” (Veloz, 2014).

Todos los días se la ve en su piedra de lavar envuelta un plástico desde la cintura hasta los pies y recogida su cabello. Delia sigue trabajando a pesar de su avanzada edad, además es una usuaria fija que se ha ganado el derecho de ocupar la misma piedra siempre.

3.4. Lavandería De Los Milagros una realidad admirable

3.4.1. Barrio tradicional de La Loma

El barrio de La Loma es uno de los más importantes y tradicionales de Quito. Este barrio “albergó a personajes históricos como Eugenio Espejo y José Mejía Lequerica, deportistas, políticos, escritores y sacerdotes; se construyó el primer cuartel de bomberos, algunas fábricas de tejidos, clínicas y algunas capillas” (Villacrés, 2005, pág. 3).

La Loma pertenece a la parroquia San Marcos, sus límites son al norte el barrio de San Marcos, al sur el antiguo terminal terrestre y la Avenida Pichincha, al este el barrio Obrero y finalmente al oeste el convento, La Iglesia y La Plaza de Santo Domingo.

Los lugares más representativos de este barrio son el convento, la plazoleta y el arco de Santo Domingo, la Iglesia de Santo Domingo la Mama Cuchara, la lavandería de Los Milagros, la capilla de El Rosario, las casas de Eugenio Espejo y García Moreno respectivamente, que se convirtieron en sitios turísticos, donde los individuos realizan sus trabajos o pasan momentos de ocio.

Otra de las peculiaridades del barrio La Loma es la Mama Cuchara, que se ubica en la calle Rocafuerte, según la señora María Elisa Yáñez se la denomina de esta manera porque la calle al final no tiene salida, termina en una circunferencia muy similar a una cuchara de madera. En este sitio se encuentra el Centro Cultural “Mama Cuchara” en donde se da clases de música, baile y arte.

Este barrio forma parte del Centro Histórico de la ciudad de Quito, en él se ubica la primera maternidad de la ciudad en la calle Juan Pío Montufar y Juan Pereira. El Liceo Fernández Madrid, la Escuela de prácticas Isabel la Católica, la Unidad Educativa Municipal Sucre son centros educativos emblemáticos que se encuentra dentro de este peculiar barrio.

3.4.2. Retrato escrito de la estructura de la lavandería De Los Milagros

La lavandería De Los Milagros se encuentra en el sector de La Loma, es una de las lavanderías populares que continúan funcionando en la actualidad, lleva su nombre debido a que se encuentra en la calle De Los Milagros, que es una vía sin salida.

La lavandería De Los Milagros cuenta con treinta y nueve piedras de lavar de las cuales no todas están en buen estado para ser ocupadas, pero a pesar de esto diariamente acuden de diez a quince usuarios a lavar sus prendas de vestir.

En la entrada podemos encontrar una pequeña garita en la que se encuentra un guardia que controla la entrada y salida de los usuarios, ya que es el encargado de llevar un cuaderno con el registro de quienes se acercan a utilizar las piedras de lavar. La lavandería De Los Milagros es un pequeño lugar, donde se encuentran pocas piedras de lavar, una junta a la otra, jabones y baldes llenos de agua a su alrededor y además varios tubos con un alambre, que son utilizados como tendedores para colgar la ropa.

Finalmente en la parte posterior de esta lavandería se encuentra la placa de fundación de la misma, oraciones religiosas y un lugar cerrado donde está la estatua de la virgen adornada de flores a sus costados.

3.4.3. Lavar, fregar y secar acciones de ayer, hoy y siempre en la lavandería De Los Milagros.

En el tradicional barrio La Loma, en la calle De Los Milagros y Leopoldo Salvador, se ubican la lavandería De Los Milagros, denominadas así por estar en la calle con el

mismo nombre.

De lunes a viernes se abren las instalaciones para que las usuarias puedan utilizar las piedras de lavar. A las siete de la mañana comienza la jornada y van llegando las personas a ocupar su respectiva piedra, esto sucede si son antiguas, de otro modo doña Bertha se encarga de ir las ubicando indistintamente.

En esta lavandería no existe una persona encargada del lugar que tenga su vivienda dentro de la lavandería y por lo tanto sea responsable de las instalaciones. La última mujer que realizó esta función fue la señora Elvia Torres que por su avanzada edad se jubiló. De esto ya son cuatro años, en los que por la falta de una persona encargada se han presentado problemas como: robos y mal mantenimiento de las piedras.

Actualmente, el Municipio ha designado a guardias de seguridad quienes son los que abren las lavanderías a las siete de la mañana y cierran a las tres de la tarde. Doña Margarita Garzón cuenta que:

En años pasados la entrada a las lavanderías era desde las tres o cuatro de la madrugada, esto se daba porque la afluencia de personas era masiva. Había mucha gente que necesitan utilizar la lavandería y por lo tanto en varias ocasiones se tenía que esperar mucho tiempo para poder lavar (Garzón M, 2014).

A pesar del transcurso del tiempo, todavía se conservan algunas tradiciones, la más emblemática se celebra el 21 de Noviembre, la fiesta de la virgen del Quinche. Para la organización de esta fiesta primero se dirigen al Municipio y piden autorización para organizar la novena y posteriormente la misa. En tiempos pasados para esta celebración escogían priostes, su función era organizar todo para ese día, desde la misa hasta la preparación de la comida que se sirve.

Todavía se mantiene esta costumbre dentro de la lavandería De Los Milagros, todos los usuarios colaboran con una cuota y ese dinero recolectado se paga a un sacerdote para que celebre la misa dentro de las instalaciones de la lavandería, además de

comprar todo lo necesario para brindar un plato de comida a los presentes.

La limpieza dentro de las lavanderías está a cargo de todas, una vez por semana mientras una barre el patio otras limpian el baño, cada una es responsable de tener limpia y en buen estado la piedra de lavar que usa. Esto realiza al no tener una persona encargada de la lavandería, ya que el municipio no asigna alguien que permanezca en las instalaciones de manera permanente.

El ambiente de esta lavandería es muy familiar, ya que hay más usuarias “fijas” que personas de paso, como es el caso de las hermanas Garzón, quienes son las lavanderas más antiguas del lugar, que ayudan y comparten con las demás personas que acuden a usar las piedras de lavar.

Las lavanderías les permiten a las mujeres que acuden a este lugar relacionarse entre sí, compartir vivencias y experiencias dentro de un espacio popular. El cotidiano está establecido por las actividades que día a día realizan en las lavanderías: el refregar, jabonar, colgar la ropa, limpiar la piedra, son varias de las actividades que se deben cumplir. Este espacio es el propicio para que la comunicación fluya de forma natural sin lineamientos ni restricciones, las lavanderas conversan de su vida, de sus clientes, de lo que vieron en la mañana y todo esto se desarrolla de manera normal.

3.4.4. Personajes representativos dentro de la lavandería De Los Milagros

Berta Garzón desde los cinco años aprendió a lavar junto a su madre y cuenta “que la llevaba para que le ayude a jabonar y refregar las medias. Pero su madre al inicio no se dedicaba a lavar ropa ajena, hasta que la necesidad le obligó a realizar esta labor como sustento” (Garzón B, 2014).

Al principio vivía en el barrio La Loma, pero hace 10 años su marido compró una casa en la Loma de Puengasí, esto no fue impedimento para que esta luchadora madrugue todos los días y se dirija a la lavandería. Sin embargo doña Bertha nos dice que ya no tiene necesidad de trabajar ya que todos sus hijos están casados, y realiza esta actividad para entretenerse porque asegura que no podría estar encerrada en su casa sin hacer nada.

Como ya son muchos los años en los que doña Bertha se ha dedicado a lo mismo, tiene sus clientes fijos, quienes todos los días le van a dejar su ropa para que ella lave. Por las doce prendas cobra a dos dólares y la entrega de la ropa es el mismo día y cada persona tiene que ir a retirar su ropa.

A pesar de su edad doña Bertha tiene una gran vitalidad, aunque asegura “que se está envejeciendo en la lavandería, pero todavía recuerda a sus compañeras de trabajo que han ido desapareciendo con el pasar del tiempo y con alegría dice que ella es la única que todavía resiste” (Garzón B, 2014).

Mariana Garzón, es hermana de doña Bertha y, al igual que ella lleva aproximadamente 40 años lavando en la lavandería De Los Milagros. Mariana recuerda “que la única vez que se dirigió a otra lavandería, ubicada en la Tola Alta, es cuando cerraron esta lavandería por motivos de remodelación.” (Garzón M. , 2014)

Todos los días se la puede ver en su piedra de lavar refregando la ropa que le dejan sus clientes y la de su familia. Amiga de todas las mujeres, doña Mariana por ser una de las más antiguas es conocida y estimada por todas.

La memoria colectiva está dada por el recuerdo de cada persona que va siendo parte de una historia, esto es lo que sucede dentro de las lavanderías, las lavanderas van formando parte de este espacio popular. Son tantos los años que han pasado lavando en su piedra que constituyen parte de la historia de las lavanderías. El tiempo ha pasado y esta actividad no se queda en el olvido gracias a las lavanderas que son una constante para las lavanderías.

CAPÍTULO 4

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE LA REVISTA “LAVANDERÍAS POPULARES DE QUITO”

4.1. Comunicación y medios impresos

El método de comunicar no es únicamente por vía oral o señas, porque desde la aparición de los medios impresos se ha logrado plasmar ideas, conocimientos e información que se puede distribuir a través de los libros, periódicos y revistas para ser una fuente de consulta.

Los medios impresos es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso. En la vida diaria nos referimos a los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. Las personas también se refieren a los medios impresos con el término "prensa", el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas. (Sarao, 2014, pág.1)

A pesar de que existen una gran gama de productos dentro de los medios impresos (periódicos, libros, boletines, folletos, revistas y panfletos), nosotros utilizaremos la revista, para plasmar nuestra investigación sobre las lavanderías populares “De Los Milagros”, “Chiriyacu” y “La Ermita”.

4.2. La revista

La revista es un medio impreso que se publica cada cierto tiempo, en las que se puede encontrar un diversidad de contenido, porque existen revistas especialidades en un tema o revistas mixtas que abarcan varios aspectos (económico, político, cultural y deportivo), los que se encuentran divididos en secciones, y deben llamar la atención de los lectores para que tenga una buena acogida.

El atractivo de las revistas es que se adaptan mejor a un texto largo que cualquier otro medio de comunicación. Esto se debe a que la gente compra las revistas para dedicar tiempo a su lectura, a diferencia de los periódicos, que se leen para conocer las noticias y después se desechan. Las revistas atraen a su público lector. Y cualquier anuncio en revistas logrará lo mismo. (Pereira, 2006, pág.3)

Debido a que la revista capta la atención del público lector, es un medio explotado por parte de la publicidad, con la finalidad de mandar un mensaje al consumidor. La distribución del contenido es pensado para obtener un producto rentable.

Las revistas son productores culturales que informan, entretienen, educan e, incluso, manipulan la orientación de la opinión de la población. Pueden ser expresión de una cultura o de muchas expresiones culturales diferenciadas entre sí. Ayudan a difundir un conjunto de símbolos, íconos e imágenes respecto de la vida social y de la comprensión de su historia y su desarrollo (Freidenberg, 1990, pág. 2).

Los medios de comunicación en general tienen una incidencia social, ya que en sus programas o publicaciones mandan un mensaje directa o indirectamente a la sociedad; concretamente en el caso de la revista según Gabriela Espinoza “los efectos que causan, sean buenos o malos, se han logrado por el contenido, ya que una revista vulgar no ejerce la misma influencia que una revista especializada, el efecto de una publicación técnica es más profundo.” (Espinoza, 2006, pág. 27)

La revista especializada se caracteriza por englobar una temática específica, sea una revista de arte, medicina, economía, educación, deporte, cultura, ciencia, entre otras categorías, que se encuentra orientada a un público lector determinado.

Se entiende por revistas culturales a aquellas publicaciones periódicas que no se dedican sólo a tratar temas literarios sino una gran variedad de temáticas relacionadas con lo cultural como ciencia, historia, política. Temporalmente éstas tuvieron su aparición entre la segunda y

tercera década del siglo XX en América Latina (Godoy, 1993, pág. 13)

Es así que nuestra revista se presenta como una revista especializada, enfocada en el tema cultural sobre tres lavanderías populares que existen en la ciudad de Quito, con la finalidad de revalorizar en la sociedad estos espacios.

4.3. Diseño editorial

Mediante el diseño editorial de nuestra revista “Lavanderías Populares De Quito” vamos a comunicar a través de textos e imágenes todo lo evidenciado en las tres lavanderías estudiadas. Por medio de la redacción de los artículos se dará a conocer las historias y vivencias que se experimentan dentro de las lavanderías, con el fin de atraer la atención de los lectores y que por un instante se trasladen a la realidad que se presenta en este espacio popular.

El diseño editorial consiste en la combinación de texto e imágenes, pero también en uno de ambos elementos exclusivamente. Gran parte del diseño editorial tiene como objetivo comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes (también se consideran como tales los elementos visuales informativos y otros elementos gráficos como los filetes) y de palabras (dispuestas en destacados y cuerpo del texto) (Zapaterra, 2008, pág. 2).

“Las funciones del diseño editorial están enfocadas en resaltar el contenido dándole personalidad para que los lectores se sientan atraídos a leerlo por completo, sin dejar a un lado el producto que debe ser agradable en su estructura” (Zapaterra, 2008, pág. 4).

El diseño editorial de nuestra revista estará conformado por imágenes reales de las lavanderías y artículos basados en las visitas, entrevistas, conversaciones realizadas a las usuarias que acuden a estos espacios a lavar la ropa.

4.4. Levantamiento de información y recopilación de datos

La información obtenida para la elaboración de nuestra revistas “Lavanderías Populares De Quito”, fue mediante a una investigación de campo donde se recopiló información de las lavanderías de “Chiriyacu”, “De Los Milagros” y “La Ermita”.

La investigación bibliográfica consistió en obtener información a partir de libros, revistas, mientras que la investigación de campo radicó en interactuar con usuarios de cada una de las lavanderías, para obtener testimonios sobre estos espacios populares, su perspectiva de esta actividad y conocer la realidad de este entorno.

Una de las fuentes de información fue la Administración Zonal Manuela Sáenz, que tiene bajo su jurisprudencia las lavanderías de estudio, donde se obtuvo datos históricos de los barrios, especificaciones de los espacios que los rodean y un permiso para realizar entrevistas a los usuarios dentro de las lavanderías.

Otra institución en la que se investigó fue la Biblioteca Municipal de Quito; se consiguió registros, entrevistas y fotografías para destacar los cambios que experimentaron los barrios y fundamentalmente las lavanderías.

4.5. Manual de imagen e identidad la revista

En el contenido de la revista se contará una breve historia de los barrios donde se encuentran ubicadas cada una de las lavanderías estudiadas, se presentarán fotografías, artículos y crónicas sobre estos espacios populares. Además se explicará la construcción de la revista “Lavanderías Populares De Quito”.

4.5.1. Diagramación de la revista

La diagramación del medio impreso tiene un orden lógico donde se conectarán los artículos con las fotografías buscando un equilibrio en el contenido de la revista, para dar un mensaje claro al público y la lectura sea entretenida y agradable.

La diagramación corresponde a la ordenación de elementos gráficos dentro de un espacio determinado. Esta ordenación es determinante en las cualidades de legibilidad de un impreso e influyente en la

disposición e interés por parte del lector, por lo que no puede ser manejada al azar y debe ser funcional (Flopex, 2011, pág. 7).

En este proceso de diagramación se establece el formato, tipografía, retícula y todos los detalles que abarcara la revista porque “el tipo de publicación va a determinar el rumbo de ésta, dependiendo del tema a tratar” (Flopex, 2011, pág. 7).

Los contenidos de la revista “Lavanderías Populares De Quito” tienen un orden lógico; se realizará una introducción que abarque la investigación, posteriormente se cuenta la historia de cada barrio y se presenta un artículo de las lavanderías estudiadas, acompañado por entrevistas y fotografías.

4.5.2. Formato de la revista

El formato de la revista es fundamental porque se selecciona el tamaño y se estructura el contenido para dar un equilibrio a cada página, con el objetivo de no abusar de la información. “Uno de los primeros condicionantes es el formato, y a que tamaños de papel no estándar son más caros que los tradicionales, pero una publicación con formato poco común, se distingue y sobre sale de su competencia.” (Flopex, 2011, pág. 7)

El formato que se empleó en la revista “Lavanderías Populares De Quito” es el A5, en el cual se utilizaron dos columnas, para ofrecer más posibilidades para combinar textos e imágenes. Al utilizar este tamaño únicamente se utilizará la información necesaria para relatar una forma de vida que con el tiempo va quedando en el olvido y muchas personas en la actualidad no saben de su continuidad o existencia.

4.5.3. Tipografía de la revista

El tipo y tamaño de letra en el texto es un icono de referencia para los medios impresos ya que les permite distinguirse de la competencia y es una marca personal de cada empresa, pero para seleccionar una tipografía adecuada se debe tomar en cuenta cinco reglas:

- **La legibilidad y congruencia:** La atención siempre se centra en estos dos factores, ya que existen fuentes que facilitan la lectura, unas más que otras.
- **No mezclar ni combinar:** Lo más recomendable es que nunca se mezclen cuatro familias de tipografías diferentes dentro de una sola página.
- **Dar un toque clásico:** Para el diseño editorial, lo recomendable es no utilizar letras futuristas, lo demás debe quedar en formato clásico sin que se pierda la personalidad del proyecto
- **Causar un efecto ;WOW!:** La tipografía no sólo debe ser legible o clásica, debe ir a tono con lo que el lector lee.
- **El contenido es el rey:** No tiene sentido diseñar algo que se ve bien si no se comunica lo que desea. El nivel de contenido también puede cambiar el ritmo o el estado de ánimo de un diseño. No existe necesidad de cambiar la sensación del diseño para sobrecargar la página. (Olachea, 2014, pág.3)

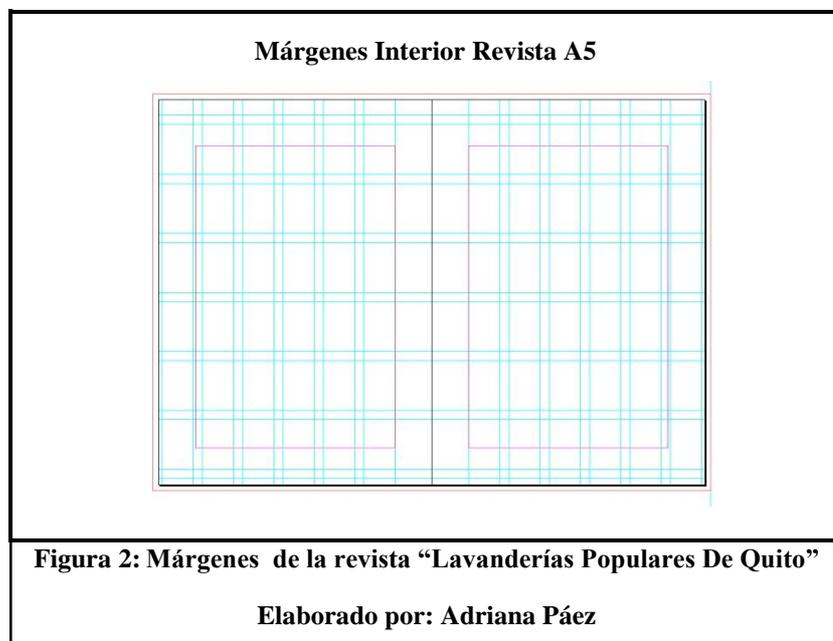
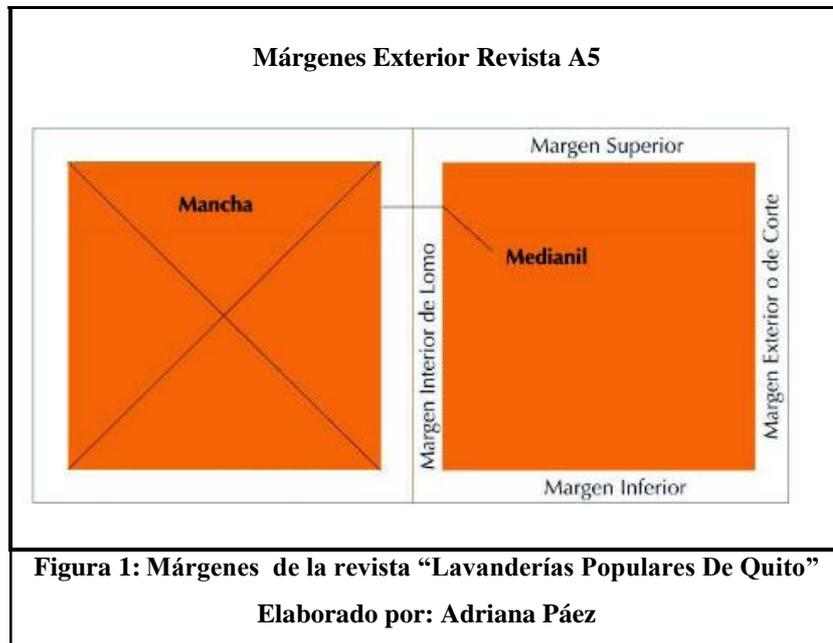
La tipografía que se empleó en el diseño de la revista “Lavanderías Populares De Quito” fue la *Lato* debido a la extensión de texto, formato y el color. El tamaño de la letra fue: *Lato Light* a 9 puntos con un espaciado de (-5), una letra pequeña que ocupa poco espacio, y permite manejar el ancho de las columnas para ceder libremente a otros elementos en la misma página como las fotografías. Para los títulos se utilizó *Lato Bold* a 20 puntos y para los subtítulos el mismo tipo de letra a 12 puntos.

4.5.4. Márgenes de la revista

Podemos ver que el margen inferior es el más grande y que los cuatro márgenes tienen un tamaño distinto pero siempre proporcionado a la doble página. Este método garantiza tener una armonía en la composición de las páginas.

Dentro de este espacio se coloca la información. A partir de estos horizontes, puntos y medidas podemos jugar para ir armando nuestra composición y definir parámetros cómo lo sería la caja de texto, imágenes y columnas.

A continuación se puede visualizar la distribución de los márgenes de la revista “Lavanderías Populares De Quito”:



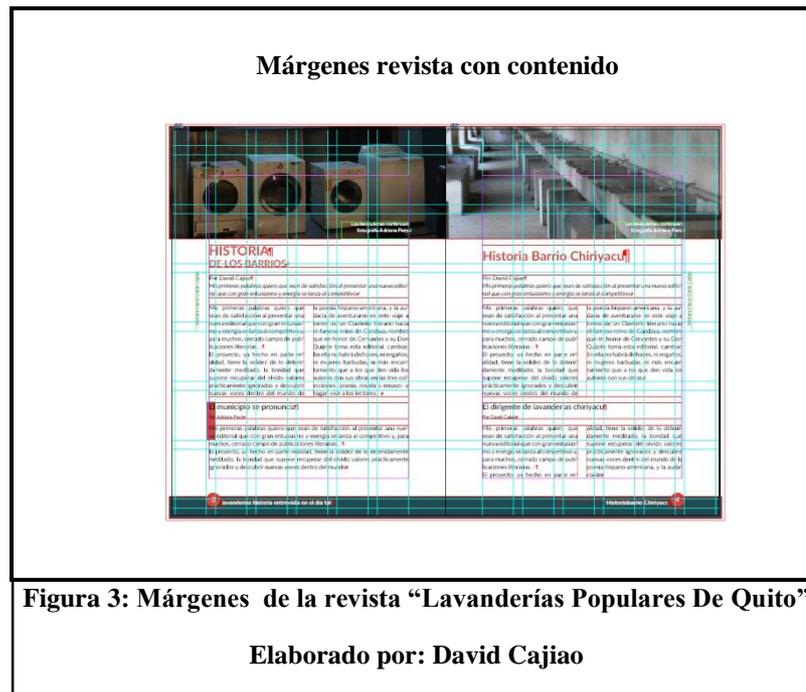


Figura 3: Márgenes de la revista “Lavanderías Populares De Quito”

Elaborado por: David Cajiao

4.5.5. Cromática de la revista

La cromática dentro de la revista es fundamental, los colores deben tener un contraste y armonía para llamar la atención del público lector. Los colores principales que se emplearon en la revista son el azul y rojo mientras que los secundarios son naranja, verde y celeste.

“El color representa un estímulo visual potente siendo significativo el efecto que puede generar en el usuario. El uso del color se extiende mucho más allá de destacar simplemente ciertas zonas o ciertos fragmentos de texto.” (Serrano, 2011, pág.2)

El uso de los colores es clave en el diseño de la revista, se utilizó en la portada y contraportada un color azul oscuro de fondo que representa “elegancia y éxito” combinado en los títulos por los colores rojo y amarillos que asimila “poder y atracción para mantener la atención del consumidor mientras que el segundo es llamativo y brillante que se hace destacar de la multitud” (Olacea, 2013, pág.2). Finalmente la tipografía del texto será de color negro a excepción de los títulos.

Cromática de la revista



**Figura 4: Cromática de la revista “Lavanderías Populares De Quito
Elaborado por: David Cajiao**

CONCLUSIONES

En nuestra investigación tanto teórica como práctica se pueden obtener varios aportes para la revalorización y rescate de las actividades que se practican dentro de las lavanderías populares que se plasmaran en nuestro producto comunicativo (revista: “Lavanderías Populares De Quito”), la cual puede contribuir al enriquecimiento y revalorización de este espacio que ha sido invisibilizado.

En primer lugar, hemos realizado entrevistas a usuarios que por años han utilizado las lavanderías populares de Chiriyacu, La Ermita y De Los Milagros como una herramienta y sustento de vida, los mismos que compartieron sus experiencias y conocimientos acerca de esta actividad. Estos testimonios, que son vivencias individuales permitieron profundizar acerca de estos espacios populares.

Mediante la memoria individual de cada usuario hemos evidenciado la importancia de las lavanderías populares en la vida cotidiana de los individuos y la sociedad. Esta actividad se reafirma en la actualidad porque son acciones propias de la sociedad, que acuden a usar estos espacios y ya no únicamente lo realizan las mujeres, sino también hombres y niños.

El sustento teórico acerca de los medios masivos, los estudios sobre la cultura, las investigaciones de la memoria individual y social, junto con los estudios de caso de las lavanderías populares permiten dar fe de como uno de los elementos para la construcción de la memoria social está plasmado en el entorno que uno se desenvuelve dentro de este mundo, puede ser en la familia, un grupo social, espacio de trabajo y en este caso en las lavanderías populares.

Además otro factor imprescindible donde la comunicación juega un rol fundamental es en la fomentación de relaciones entre los usuarios para generar una reconstrucción que evidencie el pasado y una revitalización de la identidad, con el objetivo que estos espacios junto con su actividad no queden en olvido.

Así este trabajo de investigación es un ejercicio de revalorización enfocado en los usuarios de las lavanderías populares de Chiriyacu, La Ermita y De Los Milagros

para la reconstrucción de la memoria social, a partir de su entorno y de la memoria individual de cada sujeto. Se obtuvo un acercamiento con los individuos que asisten a estos espacios que tienen gran importancia para el sector y con su actividad forman parte de un legado cultural.

Un aspecto clave de la memoria social es rescatar las prácticas sociales que poco a poco van desapareciendo. Ahora las personas viven un nuevo estilo de vida, esto debido a la tecnología que ha llegado a nuestro país, simplificando y facilitando las ciertas actividades, como en el caso de las máquinas de lavar que se encargaron de remplazar el trabajo de la lavandera. En este punto nuestra investigación quiere concientizar una memoria social a través de la comunicación para generar acciones que visibilicen el trabajo humano y mejoren la interacción entre los individuos.

La importancia de rescatar y valorar estos espacios de encuentro para la sociedad genera que exista una interacción, diálogo, convivencia y fluya la comunicación entre las personas, lo que permita que una acción se mantenga viva y no quede en el olvido; pero en el presente hay una convivencia impersonal que rompe la relaciones de comunicación de las personas.

Finalmente en la actualidad la falta de comunicación entre las personas refleja la pérdida de identidad, por lo que un aspecto que se busca resaltar en el trabajo de investigación es el valor e importancia que tiene la comunicación en los procesos de construcción de los individuos para obtener una memoria social, que beneficie a una cultura y fortalezca la identidad de una sociedad mediante el diálogo y la interacción de la gente, lo que nos permitió elaborar una revista con historias de vida de los usuarios que cada día asisten a las lavanderías populares Chiriyacu, La Ermita y De Los Milagros,.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alvarado, Francisco (2000). El barrio de Chimbacalle. Recuperado 24 octubre del 2014 de: <http://www.quitoadventure.com/espanol/relax-ecuador/lugares-turisticos-quito/lugares-historicos/tren-quito-chimbacalle.html>
- Ander, E. (2001). El proceso de globalización en la cultura. Recuperado 5 noviembre del 2014 de: <http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo14.pdf>
- Auge, M. (2000). Los no lugares espacios del anonimato. España. Gedisa
- Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones, España. Gustavo Gilli
- Barbero, Jesús. (1981). Prácticas de comunicación en la cultura popular mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio. en: Comunicación alternativa y cambio social, M. Simpson (comp.).México. Unam
- Benjamín, W. (2011). Memoria histórica: derrota, resistencia y reconstrucción. Recuperado 25 octubre del 2014 de: http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FNorberto_Emmerich%2Fpublication%2F220006572_La_memoria_historica_derrota_resistencia_y_reconstruccion_del_pasado%2Flinks%2F02faf4f36f50981534000000.pdf&ei=DmPXVLeSA4i-ggS97YP4CQ&usg=AFQjCNGNSsX30WA3uTtFLWgD0rf8-7d29A&sig2=NbnQ-FK5iwICfGY2GpWNTg&bvm=bv.85464276,d.eXY.
- Betancourt, D. (1999). Memoria individual, memoria colectiva, memoria histórica. Los secretos y lo escondido en la narración y el recuerdo. Recuperado 25 de octubre del 2014 de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/dcsupn/20121130052459/memoria.pdf>
- Betancourt, D. (2004). La práctica investigativa en las ciencias sociales. Universidad Pedagógica Nacional. Recuperado 25 de octubre del 2014 de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/dcsupn/practica.pdf>
- Blanco, A. (1997). Clases de la memoria. España. Recuperado 26 de octubre del 2014 de: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448180607.pdf>

- Brassett, D. Mateus, W. (2002). La globalización: sus efectos y bondades. Colombia. Fundación Universidad Autónoma de Colombia. Recuperado 5 noviembre del 2014 de: <http://www.fuac.edu.co/revista/M/cinco.pdf>
- Bravo, Pablo. (2005). Video documental: “la música como forma de comunicación y recuperación de la identidad en la ciudad de Loja” Recuperado 23 noviembre del 2014 de: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2662>
- Caistaings, J. (2000). Los sistemas comerciales y monetarios en la tríada excluyente: un punto de vista latinoamericano. México .Plaza y Valdez
- Canclini, N. (1989). Culturas híbridas estrategias para entrar y salir de la modernidad. México. Grijalbo
- Carrión, F. (2000). Desarrollo cultural y gestión en centros históricos. Ecuador. FLACSO.
- Córdova, M. (2005). QUITO: Imagen Urbana, Espacio Público, Memoria e Identidad. Ecuador. FLACSO.
- De Certeau, M. (2000). La Invención de lo Cotidiano I. Artes de hacer. México, D.F. Universidad Iberoamericana.
- Espín, M. (2009). La presencia indígena en la ciudad: la construcción del indígena urbano en el barrio de San Roque.
- Espinoza, G. (2006). Modelo de una revista planteada hacia ciencias humanas. Recuperado 17 noviembre del 2014 de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/465/11/Tesis.pdf>
- Fernandez, M. (2012, pág. 4). Scribd, Transformaciones Culturales. Recuperado 17 noviembre del 2014 de: <http://es.scribd.com/doc/112726910/Transformaciones-Culturales#scribd>
- Flopex. (2011). Diagramación Revista Desierto Surfero. Recuperado 20 noviembre del 2014 de: <http://es.scribd.com/doc/65546668/DiagramacionRevistaDesiertoSurfero#scribd>
- Freidenberg, F. (1990). Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores? Recuperado 5 noviembre del 2014 de: <http://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>

- Freire, P. (1969). Extensión o comunicación la concientización en el medio rural. Argentina.
- García, N (2004). ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular? En Diálogos en la acción (primera etapa). Recuperado 27 octubre 2014 de: http://correo3.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini__de_QUE_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf
- Garzón, B. (3 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (A. Páez, Entrevistador).
- Garzón, M. (3 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (A. Páez, Entrevistador).
- Godoy, C. (1993). Las revistas culturales como fuente de estudio de redes intelectuales. Recuperado 17 noviembre del 2014 de: http://www.cialc.unam.mx/Revistas_literarias_y_culturales/PDF/Articulos/Las_revistas_culturales_como_fuente_de_estudio_de_redes_intelectuales.pdf
- González, V. (2000). Identidad cultural de un pueblo. Recuperado 25 octubre del 2014 de: <http://loslugarestienenmemoria.blogspot.com/2011/07/el-concepto-de-identidad-cultural-de-un.html>.
- Guerrero, P. (2002). Estrategias conceptuales para entender la identidad la diversidad la alteridad y la diferencia. Ecuador: Abya –Yala
- Halbwachs, M. (1968). Memoria colectiva y procesos sociales. México. Enseñanza e investigación en psicología. Recuperado 20 de octubre 2014 de: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/polis/cont/20051/pr/pr3.pdf>
- Hernández García, J (2013). Construcción Social de Espacio Público en Barrios Populares de Bogotá. Revista INVI, 28 (78), 143-178. Doi: 10.4067/S0718-83582013000200005
- Hernandez, J. (2013, pág.3). Revista Invi. Recupero 25 noviembre del 2014 de: <http://www.revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/668/1099>
- Kigman, E (2009). Cultura popular, vida cotidiana y modernidad periférica *Quaderns* 25, pp. 47-69. ISSN 0211-5557. FLACSO-Ecuador
- Lindon, A (2000). La vida cotidiana y su espacio temporalidad. Recuperado el 21 de Septiembre del 2014 de: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-380.htm>
- Madera, M. (10 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (A. Páez, Entrevistador).

- Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. México
- McGraw, H. (2013). La memoria humana. Recuperado 25 octubre del 2014 de: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448180607.pdf>
- Moneta, C. (1996). La dimensión cultural de la globalización: una perspectiva desde los Estados – nación. Recuperado 5 noviembre del 2014 de: <http://www.globalcult.org.ve/pub/AMII/08-Moneta.pdf>
- Moscovici, S. (1979). El psicoanálisis, su imagen y su público. Argentina. Huemul
- Mosquera, Sadia. (17 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (D. Cajiao, Entrevistador).
- Olachea, Occio. 5 reglas de oro para seleccionar una tipografía en diseño editorial. Recuperado 25 noviembre del 2014 de: <https://taniars.files.wordpress.com/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf>
- Páez, D. (1987) Características, funciones y proceso de formación de las representaciones sociales. España
- Pereira, J. (2006). Medios masivos. Recuperado 6 noviembre del 2014 de: <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/publicidad-y-promocion-en-medios-masivos.htm>
- Rodríguez. (2001). ¿Qué son los medios de comunicación? Recuperado 8 noviembre del 2014 de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/losmediosdecomunicacion.htm>
- Sarao, M. (2014). Medios impresos. Recuperado 24 noviembre del 2014 de: <https://prezi.com/rmkvemwlhdj3/copy-of-medios-impresos/>
- Segovia, J. (2003). Memoria y olvido. Recuperado 25 octubre del 2014 de: <http://www.racmyp.es/docs/anales/a80/a80-25.pdf>
- Serrano, I. (2011). El uso del color y su significado en el diseño web. Recuperado 26 noviembre del 2014 de: <http://www.ivoserrano.com/disenoweb/el-uso-del-color-y-su-significado-en-el-diseno-web/>
- Touraine A. (1999). Crítica de la modernidad. México: Fondo de cultura económica.

- Varona, F. (2005). *Círculo de la comunicación*. España: Gesbiblo.
Recuperado 27 octubre del 2014 de:
https://books.google.com.ec/books?id=WqAwZUz78sIC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=C%C3%ADrculo+de+la+comunicaci3n.+Espa3a:+Gesbiblo&source=bl&ots=eKeU-deAWH&sig=Sun_6cTfC63220MdQm3fdNRLXC&hl=es&sa=X&ei=JXD XVIzMB8OpgwSYx4CQCg&redir_esc=y#v=onepage&q=C%C3%ADrculo%20de%20la%20comunicaci3n.%20Espa3a%3A%20Gesbiblo&f=false
- Veloz, Delia. (17 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (D. Cajiao, Entrevistador).
- Villares, G. (2005). *Creación de un centro cultural en la casa # 168 en el barrio de La Loma Grande en el centro histórico de Quito*”. Recuperado 7 noviembre del 2014 de:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8798/1/27248_1.pdf
- Yáñez, Elisa. (10 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (D. Cajiao, Entrevistador).
- Zapata, Hilda. (10 de Octubre del 2014). Entrevista personal. (D. Cajiao, Entrevistador).
- Zapattera, Y. (2008). *Diseño editorial: Periódicos y revistas*. ISBN: 9788425221484

ANEXO 1: ENTREVISTAS

Lavandería de La Ermita en San Roque

Sadia Mosquera.

Mi nombre es Sadia Mosquera y estoy a cargo de las lavanderías desde el 2000, abro a las 7 de la mañana y reparto las piedras a las mujeres que están haciendo fila, les reparto los alambres y según cómo van llegando les da las piedras. Más o menos 40 personas diarias entran a las lavanderías. La entrada es desde las 7 hasta las 12 del día. La salida es a las 2 y 30 y en media hora tengo que hacer la limpieza. Existen inconvenientes como los ladrones, por ejemplo entran a las lavanderías y se roban la roba, dentro del barrio hay muchos delincuentes y tengo que estar pendiente de todo para que no roben dentro de las lavanderías. Todas las personas pueden venir a lavar a excepción de los dueños de casa porque las lavanderías son para gente pobre. En 1950 se construyeron las lavanderías, antes cada 10 años hacían cambio de llaves, de tuberías. Cuando se daña una llaves hacen una colaboración para cambiar lo dañado.

Antes yo buscaba patronatos o clubs para que les den las navidades. Todo es gratuito y la única obligación que tienen es venir a la minga el último viernes del mes, con lustres, costales, escobas.

La administración zonal nos da lo que haya en bodega para hacer el aseo. Hay algunas mujeres que son fijas aquí. La doña Beatriz, Mónica, La Carmen, La Amelia.

Delia Veloz

Mi nombre es Delia Veloz ya tengo 40 años viniendo a las lavanderías, antes era todo diferente siempre estaban llenas, antes hasta se abría hasta los domingos, siempre ocupo la misma piedra todos los días que vengo. Vivo en la ecuatoriana y salgo cuarto para las sies y me vienen a dejar la ropa, la docena cobro 1 con 25 centavos. Cuando era joven comencé a ayudar y así se hice conocida entre la gente. En la minga se corta las hiervas, se lava las piedras, se las cepilla. Para poder ingresar a las lavanderías primero tienen que venir a la minga para poder lavar.

Mónica Madera

Mi madre Margarita Torres es la que me heredó la piedra de lavar que utilizo hace 4 años, lavo a los mismos clientes que mi madre. De lunes a viernes lavo ajeno, a las 7 de la mañana me viene a dejar la ropa los clientes, con esa condición se les lava la ropa. Cuando haya más clientes es un día bueno y la pelea por los alambres o clientes hacia que antes haya malos entendidos. Cuando hay mas gente se tiene que usar solo un alambre. Los dueños de casa no nos dan agua por eso desde la magdalena vengo a lavar. Me levanto a las 5 de la mañana, le hago el desayuno a mi hermana y salgo hacia las lavanderías. Mi mamá padecía desde 1981 para poder lavar por lo que tener lavanderías populares en un barrio facilita mucho a las personas del barrio para que puedan lavar su ropa. La minga que se hacen en las lavanderías dura una hora El 31 de Mayo se celebraba la misa de la virgen de la Marianita de Jesús. Había priostes y todos ponían para la comida pero ya no es posible rescatar esta tradición porque ya no todos son católicos, cada uno va a sus cultos, San Roque está invadido de iglesias.

Rosa Matilde de Quindil

Hace 15 años viene a lavar y vivo en la Chimborazo y Pérez Quiñonez y en la casa no hay piedras de lavar por lo que vengo a lavar mi ropa acá y lavo a mi gusto y cojo a mi gusto el agua. Los días que vengo son los lunes o a veces lo jueves. También lavo ajeno y cobro a dos dólares la docena y entrego la ropa seca. En las mingas se lavan los tanques se corta la hierba y esto es por el mantenimiento de esto. Antes había más gente pero a veces si se llena. Entre todas nos llevamos bien solo hay que ayudarle a cuidar cuando hay algo hacemos bulla.

Lavandería De Los Milagros, barrio de San Roque

Berta Garzón

Yo soy criada en este barrio, mi mama desde los 5 años me hacía fregar las medias, hace 10 años me cambio de barrio a vivir a la Loma de Puengasí pero todavía vengo a lavar todos los días desde las 7 hasta las 3 de la tarde que cierran las lavanderías. Lavo ajeno y cobro la docena a 2 dólares. Ahora ha rebajado el trabajo por lo que ya hay las lavanderías eléctricas pero todavía hay gente que quiere que se le lave la ropa, antes si había trabajo tanto que así sustente los estudios de mis hijos. Lavo de 2 a 3 docenas diarias. De 10 a 15 personas vienen a la lavandería diariamente y tienen

su piedra fija los demás tienen que ocupar la piedra que este desocupada. Antes había bastantes compañeras de trabajo pero ya los años van pasando, algunas se cambiaron de barrio, han fallecido, yo soy la única que resiste. Antes se madrugaba a las 3 o 4 de la madrugada para poder lavar. El 21 de noviembre celebramos la misa de la virgencita del Quinche, hacemos la misa en la misma lavandería, damos de comer y nos retiramos. Una vez a la semana, todas colaboramos para tener limpio el lugar.

Cuando viene una señora nueva se le acomoda en algún lugar para que lave y cuelgue su ropa. La lavandería abren los guardias porque la señora que cuidaba ya se jubiló. Estamos pidiendo que se les asignen una persona que vivan dentro de las lavanderías para que cuide el lugar

Mariana Garzón

Ya son 40 años en los que lavo a estas lavanderías, solo cuando cerraron las instalaciones para remodelar deje de venir. Cobro la docena a 2 dólares. Antes eran llenas las 39 piedras. Las fijas tienen sus piedras propias y alambres. Todas cuidamos y a los que viene de repente se les dan los alambres de la parte de abajo. Estamos pidiendo que se quede una persona a cuidar en las noches porque ya van como 3 veces que se entran a robar. Yo lavo de 7 a 3 de la tarde. Antes había cuidadora la señora Elvia Torres. Para poder celebrar la misa nos toca pedir permiso al municipio para que nos dejen celebrar la novena y posteriormente la misa el 21 de noviembre.

Lavanderías Chiriyacu – Chimbacalle

Hilda Beatriz Zapata Cando

Hace ocho años estoy encargada de las lavanderías, hago el mantenimiento de las lavanderías en general en las 71 piedras. Todas funcionan pero ya no hay mucha afluencia de gente. El objetivo de la creación de estas lavanderías es ayudar a las personas de pocos recursos. Entre semana las lavanderías siempre están abiertas a excepción de los miércoles que es mi día de descanso, por tal motivo también abro los sábados. Como labores comunitarias realizamos la minga grupal que no tiene una fecha exacta más bien es cuando yo considero que ya se necesita realizar una limpieza más profunda por toda la lavandería. El horario de atención es de 7 de la mañana a las 3 de la tarde, no se puede tener abierto más tiempo porque como usted

ve que es un trabajo en el cual se maneja con agua y pues estamos expuestas a enfermarnos.

En esta lavandería hay personas que son fijas y las demás que rotan, por la gran ayuda que brinda a la sociedad, el municipio nos colabora con los instrumentos para la limpieza, la pintura para poder arreglar la fachada.

Susana Lagyoa

Hace 20 años vengo a lavar en estas lavanderías, antes había más gente a veces no se podía conseguir una piedra y nos tocaba regresar con la ropa sucia otra vez a la casa. Desde las siete de la mañana vengo a lavar y me quedo hasta acabar todo más o menos hasta las 2 y 30 de la tarde. Todas nos llevamos bien en especial el día que nos toca hacer la minga en la que lavamos las piedras, barremos el piso, cortamos las hierbas. Otra actividad que se realizaba en años atrás era la misa por el Jesús del Gran Poder.

ANEXO 2: FOTOGRAFÍAS

LAVANDERÍA CHIRIYACU – BARRIO CHIMBACALLE



Fachada de las lavanderías Chiriyacu en el barrio de Chimbacalle



Interiores de las Lavanderías Chiriyacu en el barrio Chimbacalle



Interiores de las Lavanderías Chiriyacu en el barrio Chimbacalle



Alambres para la ropa de las Lavanderías Chiriyacu en el barrio Chimbacalle

LAVANDERÍA LA ERMITA- SAN ROQUE



Fachada de las lavanderías La Ermita en el barrio San Roque



Mujer lavando su ropa en las lavanderías La Ermita –San Roque



Piedras de lavar de las lavanderías La Ermita – San Roque



Alambres con la ropa en las lavanderías La Ermita – San Roque

LAVANDERÍA DE LOS MILAGROS – LA LOMA



Piedras de lavar de las lavanderías De Los Milagros en el barrio La Loma



Mujer lavando en las lavanderías De Los Milagros – La Loma



Ropa e implementos de lavado en las lavanderías De los Milagros