

Cómo una comunidad construye su destino

La narración mítica de una esperanza

Un ensayo antropológico sobre las Estrategias de Marca Comunidad

“La consciencia, modo superior de las actividades organizadoras del espíritu, se vale de dos formas para instituir su concepción de lo real y su visión del mundo: una directa a partir del pensamiento lógico - racional, y otra indirecta a partir del pensamiento simbólico - mitológico.”
Edgar Morin

Cómo comprender a esa mezcla imprecisa de verdad y de ilusión que es el sapiens. Cómo dilucidar la relación dialéctica que une desde el principio de los tiempos al Hombre con su necesidad de marcar y marcarse. Con la antropología como soporte, comienza la historia.

Estrategia Marca Comunidad

El mensajero de una identidad colectiva

La narración mítica de una esperanza

Una comunidad, para transformar lo real, debe concretar y mantener el pacto que la funda, debe compartir lo sensible; compartir tótems y rituales que formalicen una narrativa de sentido para vivir en común.

Abordamos así, la comprensión de un tema esencial para las comunidades; cómo éstas construyen su destino. Qué cosmovisión diseña las estructuras del imaginario de una comunidad, para lograr:

1. Cohesión y satisfacción social interna (la llave maestra de la innovación y la productividad).
2. Una narrativa que les permita competitividad a partir de una propuesta de valor diferenciada a nivel global.

Eduardo D. Sánchez

Consultor, investigador y Director Académico de los Posgrados en Identidad e Imagen Corporativa y Diplomado en Antropología Empresarial, de la Universidad de Belgrano.

Imagen Marca Comunidad.

La Marca - Tótem insignia de la narrativa de identidad de una comunidad.

Los tótems son elementos simbólicos que sirven para demostrar que la sociedad, aunque fragmentada en muchos grupos, actúa como un todo. Los tótems identifican y simbolizan un grupo que comparte intereses comunes, dando sostén al recuerdo, al culto, a la presencia del antepasado; es decir actuando como soporte de la identidad colectivo individual que permita proyectar un porvenir.

Hay una tribu cuando hay símbolos que la identifican.

La identidad visual tiene además una función comunitaria, convertirse en significativa de la estructura social a la que pertenece. No sólo nombra, da seguridad e inicia, sino que transmite valores, sentido; encarna y revela las energías profundas de una comunidad.

Comporta mito fundacional y el anhelo de lo que aún no se es, ya que articula memoria histórica e imaginación.

Porqué un enfoque antropológico.

Dado que la conciencia dispone de



dos maneras para representarse el mundo; una directa a través de la percepción de los sentidos y otra indirecta a partir de lo simbólico; se hace necesario un abordaje desde la antropología cultural para optimizar los impactos de significación.

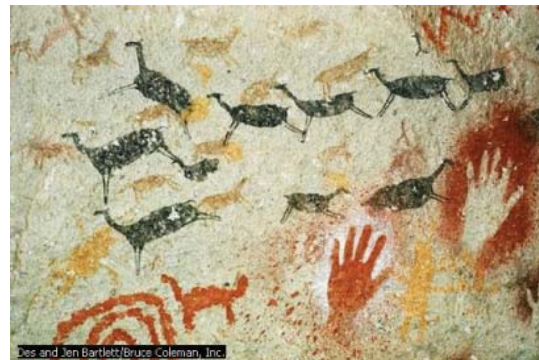
Todo aquello que la cultura transmite (costumbres, creencias, lenguas, ideas,

gustos, herramientas, conocimientos técnicos), constituyen mensajes que no solamente soportan información de carácter elemental e inmediato, sino que también están cargados de un sentido que va más allá de su realidad material: son portadores de una carga afectiva, **simbólica**, de una imagen del mundo. De esta manera responden a las necesidades que van más allá de su función material específica.

La programación de identidades culturales se realiza siempre a través de un número de funciones invariables de la especie humana: **los mitos, los ritos y los tótems**. Estos procesos de representación, de codificación y de actualización garantizan, desde la prehistoria, la regulación de nuestra vida en sociedad, y nuestra especial percepción del tiempo futuro.

Desarrollo conceptual

La Primeras Marcas



Del rebelde del bosque al mutante de la sabana

Hacia finales de la era terciaria la sequía hace retroceder el bosque y la sabana se expande sobre vastas extensiones. Los primeros homínidos, cuyos fósiles aparecen en las regiones afectadas por aquella sequía son primates africanos que han dejado los

árboles.

Esa desgracia ecológica que privará a esa especie de protección y alimento, impulsará una disidencia sociológica, la escisión de un grupo juvenil que funda una colonia extraterritorial generando finalmente luego de millones de años una desviación genética.

La búsqueda de sustento pone frente a frente la inteligencia con lo más hábil y astuto que existe en la naturaleza, la lucha entre la presa y el depredador.

Nace el primer emprendimiento compartido y con él, el cazador se convierte en hombre.

Podemos percibir allí las primeras marcas; el Hombre deja testimonio y formaliza su presencia para la posteridad (ya que su naturaleza lo instala en el tiempo futuro) con dos elementos marcarios claves en la identidad de nuestra especie.

- Ritos de Sepultura
- Arte: Pinturas rupestres, esculturas – menhires



El salto cualitativo

En las tumbas más antiguas que conocemos (Monte Carmelo, 40.000 años), los restos mortales están protegidos mediante piedras y aparece junto al muerto armas y alimentos. Esta presunción de un estado a otro marca el elemento distintivo del sapiens, la aparición del tiempo en el seno de su consciencia.

Aparece en escena lo imaginario como una de las formas de percepción de la realidad, el mito entra a formar parte de una nueva visión del mundo, convirtiéndose en productor y coproductor del destino humano.

El Símbolo y la Imagen

En las pinturas rupestres de Lascaux y Altamira, no está naciendo el arte sino qué está naciendo el hombre y con él su capacidad simbólica para decodificar imágenes.

Como lo señala Cassirer, en el mundo Humano encontramos una característica nueva que parece constituir la marca distintiva de la vida del hombre. Su círculo funcional no sólo se ha ampliado cuantitativamente sino que ha sufrido también un cambio cualitativo. El hombre como si dijéramos ha descubierto un nuevo método para adaptarse a su ambiente. Entre el sistema receptor y efector que se encuentra en todas las especies vivas, hallamos en él un eslabón intermedio; su sistema simbólico. Esta nueva adquisición transforma la realidad de la vida humana.

Ya no puede encontrarse con la realidad cara a cara, en lugar de tratar con las cosas mismas, en cierto sentido conversa constantemente consigo mismo. Vive más bien en medio de emociones, esperanzas y temores, ilusiones y desilusiones imaginarias, en medio de sus fantasías y sus sueños. "Lo que perturba y alarma al hombre – dice Epícteto – no son las cosas sino sus opiniones y figuraciones sobre las cosas".



El Mito

El hombre no puede vivir su vida sin expresarla, para ello armará y contará su Cosmovisión, para narrar sus orígenes divinos y soñar su futuro en comunidad.

Los mitos se remontan a los primeros narradores y sus sueños, intentan responder al misterio de la vida, dando sostén al recuerdo, al culto, a la presencia del antepasado, es decir actuando como soporte de la identidad colectivo individual que permita proyectar un porvenir.

El Mito del Héroe

El mito heroico Universal, se refiere a un hombre poderoso o dios-hombre que vence al mal encarnado en dragones, monstruos, demonios y que libera a su pueblo de la destrucción y de la muerte.

El hombre positivamente necesita ideas y convicciones que le den sentido a su vida y le permitan encontrar un lugar en el Universo. Puede soportar las más increíbles penalidades cuando está convencido que sirven para algo.

Así pues en momentos de crisis, con angustia personal o colectiva necesitamos proyectar y depositar en quién representa esa figura mítica, nuestras expectativas para generar y potenciar el anhelo de la ilusión.

El Rito

El rito es un comportamiento comunicativo, algunas veces de carácter mimético simbólico que transmite un mensaje con el fin de obtener una respuesta.

El rito humano se desarrollará en dos direcciones; **Los rituales de comunicación social**: donde cada uno se verá obligado a representar su rol según su estatus en situaciones dadas, cada una de las cuales comportará sus propias normas y etiquetas

y; **Los ritos personales y colectivos**: para responder a la incertidumbre, angustias y crisis propias del homo sapiens.

Tales comportamientos son por su propia naturaleza una respuesta frente al desorden, al que exorciza construyendo una rígida secuencia de operaciones verbales y no verbales que adquieren el minucioso aspecto de un programa que va dirigido a poderes mitológicos (espíritus – dioses) con el fin de obtener una respuesta o provocar el acontecimiento que proporcione protección seguridad o solución (Morin).

El Sacrificio. El mensaje a los Dioses

Cuánto tiempo podrán los seres humanos triunfar, sin caer víctimas de su propio orgullo, o en términos mitológicos, de los celos de los dioses.

Dicho peligro ha sido neutralizado y prevenido por la institución del sacrificio, tema de inmensa importancia simbólica y que se repite continuamente en la historia humana

Desde el mayor sacrificio al sacrificio cotidiano, a través de la inmolación del hijo querido, de la virgen inocente, del más bello animal, del desviado o del pecador, sapiens no sólo ha querido atraer la fortuna, sino que ha pretendido controlar el desorden y la incertidumbre no sólo externo, sino también del reino de las ideas que su cerebro ha hecho surgir en el mundo.

La imagen de marca y su contenido simbólico.

“La misión de los símbolos es dar sentido a la vida del Hombre”

Cómo nos cuenta G. Durand: “el símbolo en su dinamismo instaurativo en busca de sentido, constituye el modelo mismo de la mediación perpetua entre la esperanza de los Hombres y su condición temporal.

La razón y la ciencia sólo vinculan a los hombres con las cosas, pero lo que une a

los hombres entre sí en el humilde nivel de las dichas y penas cotidianas de la especie humana es esa representación afectiva por ser vivida que constituye el reino de las imágenes”.

La historia del simbolismo nos muestra la propensión del hombre de dotar a elementos de la naturaleza y a objetos creados por él (incluyendo formas abstractas) de contenidos inconscientes de gran importancia psicológica.

Se destacan por su fuerza y significación los animales.

Las primeras pinturas de animales se remontan a la Era Glacial (60.000 al 10.000 a C) y fueron descubiertas en Francia y España a finales del siglo XIX.

Las pinturas rupestres del Paleolítico son reproducciones de gran destreza artística; sugieren una magia de caza, como la que aún practican las tribus cazadoras de África.

El animal pintado tiene la función de un **doble**, con su matanza simbólica, los cazadores intentan anticipar y asegurar la muerte del animal verdadero. **El hecho psicológico subyacente es una sólida identificación entre un ser vivo y su imagen** (a la que se considera el alma del ser).

También han servido para ritos mágicos de fertilidad, mostrando animales en el momento del apareamiento. Así la imagen se convirtió en la representación de la esencia viviente del animal.

Igualmente es importante destacar las figuras humanas disfrazadas de animales.

En la cueva de los Tres Hermanos en Francia un hombre envuelto en una piel de animal toca una flauta primitiva como si estuviera conjurando a los animales.

Los usos y costumbres de algunas tribus africanas primitivas dan luz sobre el significado de esas figuras misteriosas e indudablemente

simbólicas. En tales momentos se incorpora y representa al antepasado de la Tribu y del clan y por lo tanto al Dios Primordial.

En el transcurso del tiempo, el disfraz completo fue reemplazado por máscaras de animales como encontramos en las artes populares de muchos países modernos. **La expresión humana queda sumergida, en su lugar el enmascarado asume la dignidad, belleza y atributos del animal.**

En lenguaje psicológico, la máscara transforma a su portador en una imagen arquetípica.

Vemos entonces como el motivo animal ha jugado para simbolizar la naturaleza primitiva e instintiva del Hombre, así como para transferir a lo asociado con él, sus características esenciales.

Los antiguos babilónicos trasladaron sus dioses a los cielos en forma de Carnero, Toro, Cangrejo, León y otros signos del Zodíaco.

Los egipcios representaban al Dios Thot con cabeza de ibis.

Tres de los evangelistas tienen emblemas animales: San Lucas el Toro, San Marcos el León y San Juan el Águila.

Cristo es denominado el Cordero de Dios, relación hermosamente simbolizada



(la integración de la naturaleza animal y espiritual del Hombre) en las pinturas navideñas refiriendo su nacimiento a un establo, entre animales.

Estas referencias muestran cuán vital es para el Hombre integrar en su vida el contenido psíquico del símbolo: el instinto.

Definición de Marca

Voz latina.femenino: Provincia, distrito fronterizo * Instrumento para medir la estatura * Medida cierta del tamaño que debe tener algo.

* Instrumento con que se marca alguna cosa * Acción de marcar * **Señal hecha en algo para diferenciarlo** *

Señal que el fabricante pone a sus productos * De marca: dicese de lo sobresaliente en su género.

En el mundo pragmático de la comunicación, el marcaje se constituye en un sistema de información, un código de un cierto modo de lenguaje que ha llegado a desarrollar un formidable repertorio de formas significativas y culturales importantes en la vida cotidiana.

Origen Histórico

Las marcas llevan varios miles de años de existencia, desde el antiguo Egipto. Los artesanos y mercaderes imprimían ya entonces sus marcas sobre los artículos que producían. Los descubrimientos arqueológicos romanos han puesto en evidencia más de seis mil marcas de alfareros, que indicaban la localidad o el nombre del alfarero, o se distinguían por medio de signos caligráficos, figurativos o abstractos.

La Edad Media dio nacimiento a la marca como precursora de sus funciones ulteriores. La era preindustrial había desarrollado ya toda una praxis - especialmente empírica-

de la marca y sus usos; el industrialismo occidental descubrió la marca como un factor fundamental en el desarrollo de los negocios, pero **no sería hasta principios del siglo XX, con el impulso de la imprenta, el transporte y la distribución, que la marca tomaría su estatuto económico privilegiado y sus posiciones en el sistema de las sociedades de consumo.**

Hoy como ayer, la marca no es sólo algo que sirve para identificar un producto, también es un instrumento de protección legal. La marca se puede registrar, a fin de evitar que los competidores puedan utilizar el nombre con el que se identifica una comunidad y sus productos y aprovecharse así del prestigio del que pueda tener.



La Marca del Egipto Faraónico

Es un dato significativo, que una persona neófito en Historia del Arte, pueda reconocer en cualquier museo del mundo las manifestaciones de esa civilización.

Lo que diferencia a los Egipcios, de otras comunidades, no son sólo sus productos, sino su especial mirada y representación del mundo y de lo Humano, que se formaliza en su arte; la posibilidad de impactar el espíritu humano a partir del color y las formas.

La mirada del mundo vivifica esa identidad que fluye.

Como nos cuenta el Dr. Fernand Schwarz

“Toda imagen del mundo tiene como

objetivo hacer coexistir los componentes contradictorios de la vida. La complejidad de una imagen del mundo le permite integrar las tres dimensiones de la conciencia.

– La *dimensión cósmica* que asegura la unión entre los individuos, el grupo y la naturaleza, es decir, entre lo local y lo global, lo particular y lo universal. Esta unión, que encontramos en todos los mitos de la creación, puede resumir toda relación entre el Cielo y la Tierra que confiere la dimensión vertical, la jerarquía entre las cosas.

– La *dimensión social* que une el individuo al grupo, y viceversa. De esta dimensión horizontal depende la cohesión de la sociedad, la condición de la unión material pero también la necesidad de justicia y de orden.

– La *dimensión individual* que asegura la unión del hombre consigo mismo, en tanto conocimiento de sí y afirmación de sí mismo. Es la que da la dimensión de profundidad a la imagen del mundo. Es la matriz de toda libertad y creatividad.

Características de su expresión marcaria:

Representación del mundo

Buscar armonía

Integrar los contrarios

Hay vida - Hay movimiento = Ciclos de la vida

Dioses con caras de animal = gran capacidad para significar y comunicar conceptos y valores

Propiedades de la manifestación

Nombre: Quién = Portador de identidad

Función: Para qué sirve

Atributo: Cómo se expresa

Osiris por ejemplo, no el Dios del río Nilo, sino

el Dios de la Crecida, en el que se manifiesta la ley del eterno retorno.

Canon de la representación Humana

Si bien su postura a partir de una figura plana no parece natural, la estética egipcia emana un misterio que nos atrae.

Pese a lo hierático (solemne, sagrado) que la fija, hay un movimiento que la vivifica.

Cada miembro aparece en función de su dimensión más ancha.

Están significando la imagen ideal, el arquetipo del Hombre espiritual.

Nadie puede observar a una persona de perfil de frente y de espalda, es decir en su totalidad.

El objetivo de llegar a una percepción de la totalidad más allá de las apariencias, formalizar las dos dimensiones de la existencia.



Veremos pues en la gráfica:

La cabeza de perfil

Los ojos de frente

Las caderas $\frac{3}{4}$ de perfil (como si el cuerpo hiciese una torsión en espiral).

La energía obtenida a través de la espiral contiene la potencia mágica del movimiento que liberado permite cambiar de plano.

Es como si la energía del cuerpo doblase 90° a partir de su soporte físico, permitiéndole pasar a una nueva dimensión.

Como mucho más tarde el artista Pablo Picasso a través del cubismo, la imagen del cuerpo humano intenta reflejar todos los aspectos de su existencia.

La Comunidad como propuesta / País – Región – Ciudad

Desde el enfoque antropológico, como se interpreta la competitividad de una comunidad:

Se interpreta desde el activo que representan los **Capitales Simbólicos**.



Capital Cultural

Es la energía del imaginario de una comunidad, dispuesta a emprender, a construir realidad.

Se manifiesta por la disposición para incorporar las mejores prácticas; las mejores respuestas a entornos cambiantes y desafiantes.

Su potencialidad simbólica se expresa en la percepción de una fuerte identidad, que le permite a la comunidad representarse a sí misma y a partir de allí proyectarse con esperanza hacia el futuro.

La dinamización del potencial de su gente, especialmente de sus dirigentes, le permitirá afrontar la incertidumbre, lo ambiguo y lo complejo. Aún no sabe lo que va a hacer, pero el compromiso es hacer lo que se deba hacer.

Si quisiéramos definir lo que es la dirección,

diríamos que es el arte de crear relaciones dinámicas y creativas entre los individuos, su entorno y las situaciones que deben enfrentar; desplegando y articulando un conjunto de actitudes y comportamientos del mando responsable, con el fin de llevar a cabo una estrategia.

Capital Estratégico

Para sostener un Discurso de Competitividad, que genere la mística de una comunidad, orientada por la necesidad de lograr excelencia en sus acciones y objetivos; es necesario establecer una causa trascendente, una fuente de energía que está más allá de sus integrantes que son quienes las construyen y sostienen.

Esa narrativa que instala el sentido de las cosas para una comunidad, que nos referencia de dónde venimos, dónde estamos y hacia dónde vamos, es su **Mito Competitivo**.

En él se instalan las creencias que nos cuentan quién y cómo somos, permitiendo ante lo nuevo, alinear energías y objetivos a sueños compartidos.

Estrategia Marca Comunidad

Es la construcción discursiva que tiene como referencia elementos paradigmáticos de una comunidad, resaltando y ponderando las competencias esenciales que hacen posible su diferenciación.

El relato da sostén a la misión, al referir permanentemente a la intención estratégica y al posicionamiento; actúa como soporte de la identidad colectiva – individual y es renovada a través de Ritos y Símbolos.

Para describir su efecto, a modo de metáfora pensemos en un rayo laser; podríamos decir que es sólo luz, pero con una característica diferencial excluyente, la potencialidad de sus electrones ha crecido por la estimulación coordinada que los ha llevado a órbitas

superiores. Generando en el proceso de radiación, energía extremadamente intensa, direccionada y con mínima dispersión.

De manera análoga, el Mito Competitivo permite que la energía del imaginario para emprender tenga sentido, foco y dirección; posibilitando la sinergia de una gestión responsable, coordinada y solidaria.

Reseña de consideraciones a observar

Qué hacemos, viene después de quiénes somos, cómo y para qué somos; por ello más allá de lo que una comunidad genera, debe saber presentarse a sí misma, narrando sutilmente las energías de su comunidad.

En toda comunicación, - para decirlo en términos antropológicos - no se le hablará al Homo Faber, el que busca productos; sino al Sapiens Sapiens, el que busca sentido.

Se debe buscar por lo tanto narrar las cualidades, a través de un símbolo insignia, abanderado de toda representación, para poder trascender las características ligadas a la denotación (código arbitrario); ya que el mundo simbólico siempre se derrama sobre el físico saturándolo de significado.

La imagen que se pretende proyectar como narración de identidad, para poder generar impacto, inevitablemente deberá manifestar unicidad y diversidad.

Una representación unilateral, no agota su complejidad, sino que son visiones desde una perspectiva, cada una de las cuales puede contener un aspecto de la realidad. **El desafío consiste en integrar sus contrarios desde una reflexión teórica que impulse acciones sinérgicas y que éstas puedan ser traducidas a narrativas lingüísticas, visuales y simbólicas.**