

De fiestas populares, identidades colectivas y participación ciudadana: *una visión psicocultural*

La mercadotecnia promueve multiplicidad de festejos de todo tipo: el día de la amistad, de la madre, del padre, del compadre, del abuelo, y de cuanto pretexto venga a la mente para motivarnos a consumir. No obstante, no todas las fiestas son producto de la mercadotecnia. Hay algunas que proceden de tradiciones antiguas y que poseen un significado propio y fomentan las identidades colectivas. La Dra. en Psicología Social, egresada de la Universidad de Barcelona y recién incorporada a nuestra planta docente como profesora investigadora, nos presenta su visión al respecto.

B. Georgina Flores Mercado

*...¡Es mi fiesta! la fiesta mayor de mi barrio, de mi Vila de Gracia!,
esos son mis recuerdos de infancia y
por tanto te construyen a ti mismo.
Yo me he construido bebiendo
de las fuentes de Gaudí en el parque Güell,
de la fiesta mayor de Gracia, y de Sant Medir,
por tanto la fiesta de Gracia soy yo y yo soy la fiesta...*

Vecino de la Vila de Gràcia, Barcelona

Generalmente, cuando hablamos de fiestas pensamos en diversión, en relajó, en alegría, en compartir, en encuentros, etc. Las fiestas populares nos hacen pensar en tradiciones, en pueblos y barrios, en los ciclos del tiempo y en la ruptura de la continuidad del calendario laboral, etc. Pero bajo la mirada de la Psicología cultural, ¿qué podemos pensar, preguntar o narrar acerca de las fiestas populares?

36

Para responder a esta pregunta, primero habría que comentar brevemente de qué trata o en qué se interesa la Psicología cultural. Para la Psicología cultural, *psicología* y *cultura* no han de entenderse como conceptos excluyentes y separados sino como un continuo que permite establecer una relación dinámica entre las subjetividades y las culturas. De esta forma podemos afirmar que la cultura es constitutiva de lo psicológico: decir que los elementos que componen nuestra subjetividad son de naturaleza simbólica es lo mismo que decir que son de naturaleza cultural. Nuestras subjetividades son construidas en la interacción con los demás, en un proceso social y por lo tanto intersubjetivo, donde los significados y sentidos de la realidad social son negociados y transformados continuamente (García-Borés, 2000).

Desde hace más de una década, Bruner (1991) ha apuntado la necesidad de instaurar el *significado* como el concepto fundamental de la Psicología. Describir formalmente los significados que los seres humanos crean a partir de sus encuentros con el mundo. Centrarse en las actividades simbólicas empleadas por los seres humanos para construir y dar sentido no sólo al mundo sino también a ellos



misimos. Una Psicología sensible a la cultura está y debe estar basada, no sólo en lo que *hace* la gente, sino también en lo que *dicen* que hacen y en lo que *dicen* que los llevó a hacer lo que hicieron. También se ocupa de lo que la gente *dice* que han hecho los otros y el por qué, así como ocuparse de cómo *dice* la gente que es su mundo. *Decir y hacer*, constituyen una unidad funcionalmente inseparable en una psicología orientada culturalmente. En este proceso de significación, el lenguaje ocupa un lugar central en la vida social. El lenguaje, es la herramienta mediante la cual las personas no sólo nombramos u ordenamos nuestros mundos, sino también les damos sentido; damos cuenta de quiénes somos y establecemos relaciones de poder y dominación.

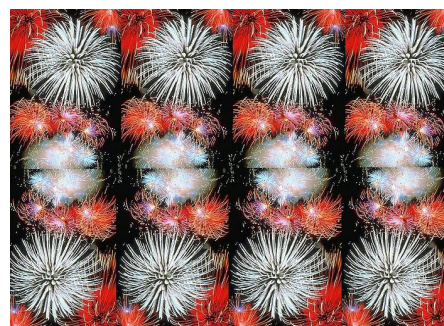
Una vez esbozado el campo y el enfoque de la Psicología cultural podemos entrar en el mundo de las fiestas populares. Las fiestas populares, pueden ser vistas como escenarios sociales, vivos y cambiantes, donde se expresa una interpretación particular del tiempo y del espacio. Bajtín (1987) considera que las festividades siempre han tenido un contenido esencial, un sentido profundo y lo más importante: *han expresado siempre una concepción del mundo*. Las verdaderas fiestas han de tener un elemento que provenga del mundo del espíritu de las ideas, es decir, las festividades son construcciones sociales que responden a condiciones históricas y a procesos complejos de simbolización del mundo.

Mi interés particular en las fiestas populares se dirige a analizar el proceso participativo y así poder dar cuenta de las culturas participativas y los sujetos participativos que ahí se construyen. El interés se centra en, no sólo por qué se participa en la organización y celebración de la fiesta, sino sobre todo, cómo se participa y qué subjetividades se construyen a través de la participación en las fiestas (Flores, 2004).

La participación comunitaria y ciudadana, es un proceso de gran relevancia social y política. Sin la participación ciudadana difícilmente se pueden llevar a cabo programas y proyectos sociales, educativos, económicos, ecológicos, culturales, etc., en una comunidad, barrio, escuela, etc. Sin embargo, la no-participación es más bien la norma que la excepción: en las sociedades urbanas y modernas, las premisas de la ideología liberal dominan la vida cotidiana y se ven reflejadas cuando predomina la sobrevaloración del individuo por encima de la comunidad, en la defensa de la vida privada, que trae como consecuencia la privatización de la esfera pública; donde los problemas colectivos se consideran problema individuales y, por lo tanto, la visión de mundo que prevalece es la de: ese es su problema y no *nuestro* problema.

Desde la postura liberal, el Estado es una amenaza para la libertad personal y no el recinto desde el cual se debe promover y garantizar ésta, las personas somos sujetos de *elección* pero no de *decisión*, por lo tanto, el modelo de democracia que prevalece no sólo en el nivel gubernamental, sino en las distintas instituciones sociales (escuelas, familia, organizaciones civiles, etc.) es la *democracia representativa* mientras que la *democracia participativa*, que propone la participación directa en la toma de decisiones, debe permanecer en la sala de espera hasta que la sociedad adquiera la *mayoría de edad* para poder *decidir* y no sólo *votar*.

A partir de lo anteriormente descrito, podemos afirmar que la postura liberal es una forma de entender el mundo y en este caso de entender la participación y la ciudadanía. Sin embargo, la postura liberal convive con otras posturas ideológicas



«Luz»

N.O.V.A

como el comunitarismo, el republicanismo o el anarquismo que también sostienen su visión propia para definir la participación y la ciudadanía. Así surge el interés por comprender la cultura participativa que se construye en las fiestas populares ya que considero que estas posturas ideológicas son reproducidas en estos espacios sociales y a través de ellas, los actores otorgan los significados a su participación en la fiesta.

Desde la mirada psicocultural, hablamos de cultura participativa como un producto social, que al mismo tiempo que construye unos sujetos participativos es construida por ellos. Esto implica que no sólo consideremos que la *plasticidad* de la subjetividad de los actores es moldeada por las manos escultóricas de la cultura, sino que los actores son también artífices de sus culturas y por lo tanto las pueden mantener o modificar.



«Bailando»

N.O.V.A



Consideramos que las culturas participativas se construyen en y por los discursos de los distintos actores sociales, que producen y reproducen unos significados y que guían y expresan la participación de una forma y no de otra. Estas culturas participativas definen y permiten autodefinirse al *yo*, narrarse a sí mismo, entenderse y entender su mundo de manera compartida y es en esta comprensión intersubjetiva del mundo, donde entran en escena las identidades colectivas. El *yo* entonces no sólo habla de sí mismo como un *yo* individual y personal, sino que también habla de un *nosotros*. El grupo, la colectividad, la comunidad o pueblo, adquieren un sentido no sólo de referencia sino de *razón de ser*. Pertenecer a un grupo, como dice Bauman (1999) parece ser una necesidad universal: ser acogido por otros, ser aceptado, estar seguro de los apoyos con los que se puede contar, etc. La identidad colectiva permite hablar del *nosotros* y sobre todo confiere un significado al *yo*.



«Fiesta de Gracia, Barcelona» Georgina Flores

Estas identidades colectivas se construyen de diversas formas y en distintos espacios y momentos. Las fiestas populares son, por definición, escenarios donde las identidades colectivas se constituyen. En las fiestas populares se dramatizan las identidades colectivas, es ahí donde el telón del teatro cae y deja ver la escenificación del *así somos nosotros*. Por eso la Sociología habla de un actor colectivo de las fiestas, sea el pueblo o el barrio de una ciudad y considera que toda fiesta es a un tiempo transitiva y reflexiva: la colectividad celebra algo y se celebra a sí misma (Isambert, 1979).

Sin embargo, la Psicología social y cultural intenta dar cuenta de esta colectividad pero a través de los sujetos, de sus voces particulares y de su sentir personal. Donde lo personal y lo social son dos categorías inseparables: *lo personal es social*. Así, las personas en la celebración y organización de sus fiestas hablan de sí mismos a través de la colectividad, se construye un *yo intersubjetivo*, un *yo comunitario* que se define por su pertenencia al grupo y se muestra a través de las fiestas populares.

Me gustaría finalizar con una frase de la cita con que inicio este ensayo para ejemplificar el proceso psicocultural de la construcción de las subjetividades de las personas a través de los fenómenos colectivos: “...*la fiesta de Gracia soy yo y yo soy la fiesta...*».

BIBLIOGRAFÍA

- Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid: Alianza.
- Bauman, Z. (1999). *La cultura como praxis*. Madrid: Paidós.
- Bruner, J. (1991). *Actos de significado*. Madrid: Alianza Psicología Minor.
- Flores, B. (2004). “*La festa de Gràcia sóc jo i jo sóc la festa*”. *La construcción psicocultural de la participación ciudadana en una fiesta popular*. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona.
- García-Borés, J. (2000). “*Paisajes de la Psicología cultural*”. *Anuario de Psicología*. Vol. 31, No. 4, Diciembre.
- Isambert, F. (1979). *Le sens du sacré. Fête et religion populaire*. Paris: Les éditions de minuit.

