

# El arte gráfico *MINKA* en la educación campesina andina

Gloria Miranda Zambrano y Jesús Lindo Revilla

GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA ANDINA "TALPUY"/HUANCAYO, PERÚ  
gloriamiranda@hotmail.com



## Introducción

Desde 1982, el Grupo de Investigación de Ciencia y Tecnología Andina "Talpu", asentado en los Andes centrales, valle del Mantaro, Perú, se ha dedicado a la revitalización del mundo andino especialmente en lo tecnológico-productivo y socio-espiritual, teniendo entre sus objetivos la motivación, fortalecimiento y toma de decisiones que orienten la autonomía y autogestión de la familia, el *ayllu* (familia grande o extensa), los barrios, la comunidad campesina en general y toda organización de base. De esta manera se pretende responder creativamente a la amenaza de la econo-

mía neoliberal y del mercado mundial que tiene como afán homogenizar sociedades, productos, cosmovisiones, ideales y conductas, y que trata de conseguir un Perú "moderno" con base en "alinear" lo "atrasado".

## La propuesta pedagógica artística *MINKA*

En esa lógica de trabajo, de labor sostenida, el Grupo ha editado los Materiales Educativos-Eco-

lógicos *MINKA* que comprenden 40 ediciones de revistas (con tiraje de 6 mil ejemplares), 18 calendarios agroecológicos, 15 carteles (afiches) educativos y siete manuales técnicos, todos sobre diferentes temas, que muestran alternativas para el desarrollo de la agroecología y el desarrollo humano a partir de los aportes de nuestra cultura andina de 8 mil años de antigüedad, muchos de ellos validados con los aportes de la ciencia universal actual y culturas similares a la nuestra. *MINKA* da testimonio del registro y estudio del estado actual de las potencialidades, posibilidades y alternativas que encierra nuestra cultura viva actual en agricultura, ganadería, forestería, manejo de suelos, fertilización, aguas, semillas, biodiversidad, aguas, etc., abordados desde su arista tecnológica, pero envueltos con aspectos históricos, festivos, educativos, de identidad, organizativos y de la tradición oral, entre otros, aspectos todos pertenecientes a manifestaciones de la cosmovisión y racionalidad andina. *MINKA* fue creado para ser devuelto a los protagonistas del mundo andino, pero también es utilizado por instituciones educativas y de promoción.

En sus años de experiencia, el balance es positivo; de allí la continuidad de sus ediciones. La llegada e impacto de esos aportes ha desarrollado una metodología pedagógica para el proceso de edición y promoción de *MINKA*, expresada, aparte de sus contenidos textuales que también son importantes, en una pedagogía gráfica y artística que, a decir de sus lectores, es lo *sui generis*, novedoso e impactante de dichos materiales.

### Actividades: los fundamentos del arte gráfico *MINKA*

Los códigos visuales *MINKA* tienen un común denominador en el lenguaje plástico utilizado en revistas, calendarios, carteles (afiches) y manuales. Su reto ha sido identificar, analizar, evaluar y sistematizar los aportes expresivos de la iconografía de las artesanías populares campesinas. Se tomó el corpus de tratamientos y codificaciones del arte plástico popular utilitario o artesanías de nuestra localidad, para incluirlo a la propuesta gráfica, te-

niendo como finalidad dialogar en el mismo lenguaje artístico de las poblaciones etnocampesinas. *MINKA* es un medio de comunicación que cumple la función de emisor-mensaje-receptor y que, además de presentar arte y contenidos estéticos, es también utilitaria. Educa a través del arte revitalizando contenidos y valores tecnológico-productivos, morales, sociales, económicos, políticos y religiosos que responden a nuestra identidad cultural.

Tomamos conciencia que para comunicarnos correctamente con nuestros interlocutores, debíamos conocer más el lenguaje plástico utilizado por

los artistas campesinos del valle del Mantaro, reparando en cómo, por qué, para qué, quiénes, con qué lo hacen, qué instrumentos y técnicas emplean, y en particular la obra misma como un todo que encierra identidad cultural, su forma de expresión (estilo), su soporte estético, su visión del mundo y su lenguaje artístico (utilización de líneas, manchas, ritmos)

en cada una de sus composiciones. El arte popular andino generalmente es utilitario a la vez que decorativo, aunque también hay material puramente decorativo, como el caso de los mates burilados que nacieron como recipientes para servir comida.

En el valle existen comunidades enteras que se dedican a un determinado tipo de artesanía según sus recursos y la tradición del lugar. Entre ellas tenemos la talla en madera (Molinos-Jauja), la alfarería (Aco y Quicha), la platería de filigrana (San Jerónimo), los tejidos (Hualhuas y San Agustín de Cajas), los burilados de mates (Cochas Chico y Grande), los bordados (Huancán), las fajas, mantas y pullos (Viques, La Breña) y la florería (Huarisca y Angasmayo), entre otros.

La visión es bidimensional y plana, con imágenes de contorno cerrado y cerrado atmosférico que insinúa volumen, como en los bordados. En el caso del tallado en madera y la platería, éstos tienden a ser realistas y anecdóticos. Los colores van desde “lo serio”, como los negros, marrones, azules y grises, a lo festivo, contrastando el dorado y el plateado. Cada zona o comunidad tiene preferencias armónicas determinadas.

Históricamente, y en el marco de la cosmovisión andina, la población etnocampesina mantiene una convivencia con su entorno, reconociendo





una relación panteísta con la naturaleza a quien considera viva, por lo cual unas veces es sagrada, otras profana. Las montañas (*wallalla*), los cerros (*huamanís*), las lagunas (*qochas*), puquiales (*pacarinás*) y bosque (*mallqui*), tienen sus nombres, sus fiestas, sus ofrendas, pero también padecen y gozan todo lo que el humano goza y padece. El manejo del espacio es vertical, y la “mirada” (como el cóndor o el águila) es de arriba hacia abajo. Por ello lo que suceda arriba afectará a la parte de abajo, razón en la que se fundamenta la mística y visión andina de la integralidad (naturaleza-hombre) con la *malka* o *marka* (comunidad-naturaleza). Toda planificación agropecuaria festiva está relacionada a la cosmovisión andina.

El comportamiento psico-social, ancestral, y sus reminiscencias étnicas de carácter local identificados en lo pucarino, chonguino, huarisquino, chu-paquino y sicaíno, identifican una tipicidad de *ayllus* con ciertos rasgos psicosomáticos locales que se expresan en los apellidos, destrezas, habilidades, variedad lingüística del “wanka”, la vestimenta, su historia y su ecología. Todo ello se distingue en las artesanías. Prima el sentimiento telúrico y de sangre. “Somos así porque somos de allí”, “soy así, porque soy de allí, a mucho orgullo”, “yo soy huancaíno por algo”.

En dieciocho años de trabajo con *MINKA*, fue cimentándose la concepción de una nueva propuesta educativa sobre la base de la estética andi-

na. Como afirman nuestros interlocutores campesinos, expertos e intelectuales, *MINKA* no sólo educa, sino de por medio rescata y revaloriza nuestra identidad haciendo compatible el arte como un medio para la transformación técnica y tecnológica.

## Resultados: los aportes del arte pedagógico *MINKA*

### a. Principios y contenidos técnico-valorativos

La evaluación y monitoreo de la experiencia gráfico-artística de las publicaciones de *MINKA*, desarrollados tanto en poblaciones etnocampesinas como en centros educativos del medio rural, nos arrojaron los siguientes resultados, útiles para cualquier material de objetivos similares dirigidos al campo.

1. *Principio de identidad e identificación*: el sujeto (adulto, joven, niño) respeta sus tradiciones ancestrales, por lo que una imagen correctamente realizada produce empatía entre su ser y la propuesta.
2. *Principio de autenticidad*: el interés o “curiosidad”, conlleva un mensaje útil, real, actual, comprometido con su familia y comunidad. Ejemplo: *MINKA* números 14, 17, 18, 19 y otros.
3. *Principio de veracidad*: cauta en lanzar propuestas o alternativas, la imagen es clara, sin ambigüe-



dades, muestra los límites y las bondades del asunto, es decir, es objetiva.

4. *Principio de verosimilitud*: las imágenes que presentan personas del campo no son deprimentes, ni grotescas, por lo contrario son enaltecidas, elevadas, pero sin dejar de ser creíbles. Ejemplo, cualquier carátula de *MINKA*.
  5. *Principio de impacto*: el gráfico de fácil decodificación por sus formas y trazos grandes y de color, motiva a una o varias personas a la vez, suscitando interés por adquirir y conocer todo el mensaje.
  6. *Principio de calibración*: sopesa la imagen entre lo ideal real y lo ficticio; es decir, adecua la expresión gráfica al entendimiento campesino, ponderando lo necesario para no crear tergiversaciones o “irse por las ramas”.
- b. Los recursos didácticos presentados en las imágenes**
1. *Lo alegórico*, dando una dimensión razonable a los personajes para mostrar el contenido o tema central. Ejemplo, las carátulas *MINKA*.
  2. *Lo anecdótico*, ilustrando la vivencia tradicional, para revalorar y dar una dimensión científica a los conocimientos.
  3. *Las historietas*, que observando “chirigotas” y soslayando la historieta trágico-cómica de los almanaques “Reuter” que aparecieron hace años en periódicos y revistas en el campo, se quedó como una forma más de comunicación, a través del humor. En *MINKA* las tenemos, a partir del número 2, en la página central.
  4. *Los cuadros secuenciados*, que explican hechos o acontecimientos culturales y procesos técnicos. Ejemplo, afiche *MINKA* número 22 y todas las contratapas que presentan juegos de niños, jóvenes y adultos.
  5. *La calendarización*, mostrando actividades diversas durante los doce meses del año, en la cual se identifican las cuatro estaciones y las fechas cívicas, festivas y patronales en forma circular. Ejemplos, afiche *MINKA* número 17, calendarios *MINKA* 1985, 1986, 1990, 1992, etc.
  6. *Lo simbólico*, que sintetiza un comportamiento social ancestral y que posee valores superiores así como sabiduría en sus conocimientos tradicionales. Ejemplos, carátula de las revistas números 37, 39 y los calendarios 1993, 1995, 1996 y 1997.
  7. *Lo ilustrativo*, que da objetividad, relaciona, dimensiona y muestra. Ejemplos, todos los ca-

- lendarios y afiches *MINKA*, que privilegian lo gráfico-pedagógico y artístico.
8. *Lo irónico*, como medio psico-social, que muestra conductas distorsionadas, ridiculizando, exagerando, mofando y burlándose de determinados personajes. Ejemplos, *MINKA* número 23, pp 17 y 19; *MINKA* número 13 “Educación campesina”, pp 17, 18, 19; y otros.
  9. *Lo ejemplar*, entendido como la plasmación de un sentimiento valioso que sirve de modelo a generaciones venideras. Ejemplo, todos los materiales *MINKA*.
  10. *Lo comparativo o de contraste*, como medio visual valioso para identificar, diferenciar, discriminar, evaluar, analizar, ponderar, inquirir y decidir por las alternativas correctas. Dentro de las propuestas y opciones didácticas se plantean siempre alternativas.
  11. *Compara el pasado, presente y futuro*, por ejemplo lo positivo de la tecnología andina y lo negativo del modernismo. Varios afiches.
  12. *Discrimina* comportamientos comunales, adecuados e inadecuados. Por ejemplo afiches sobre el “Manejo adecuado e inadecuado de recursos”, “Mal uso y el buen uso del riego” y otros.
  13. *La autonomía versus la dependencia*, denunciando la existencia de agentes externos en la comunidad que originan la dependencia del desarrollo comunal. Por ejemplo, el afiche *MINKA* número 29 y otros.
  14. *La comunicación moderna y andina*, que revalora todas las formas de la comunicación actual con sus aportes tecnológicos y los aportes nuestros expresados en el folklore, la lengua materna, etc. Afiches *MINKA*.
5. La objetividad de los mensajes gráficos es determinante en la aceptación, identificación y seguimiento de estos materiales.
  6. Para precisar mejor el mensaje visual, y alcanzar conocimientos de mayor profundidad, necesariamente deben adjuntarse textos al gráfico.
  7. Tomar en cuenta la “chispa”, la broma, la doble intención (humor), la suspicacia para plantear propuestas de imagen motivación-aprendizaje.
  8. Fomentar el *willanakuy* (comunicar, avisar) siempre lo novedoso, lo provechoso.
  9. Dirigirse especialmente a los niños, niñas y jóvenes. Se estará estimulando su compromiso e importancia en la comunidad, a la vez que se internalizará y fortalecerán los valores socioculturales de la comunidad.
  10. En todos los casos resaltar lo positivo, las alternativas, las posibilidades, los potenciales, las fortalezas. Quedarse en la problemática conduce al desánimo.
  11. Resaltar la lógica de lo versátil y flexible, partiendo de lo general a lo particular o la inversa; de lo singular a lo metafísico (trascendental, pararanormal). Por ejemplo, hablando del *ampulo* (semilla) de la papa, pueden incorporarse aspectos sobre su mejoramiento, la “semilla, botánica” como elemento en el enamoramiento, su origen, su aporte al mundo, etc.
  12. Todo gráfico debe estar calibrado al entendimiento campesino. Ello motiva, estimula, enseña e impacta en la conciencia etnocampesina.

### Recomendaciones para la acción

1. Las poblaciones etnocampesinas aprenden, internalizan y hacen suyas las propuestas, privilegiando primero una detenida observación.
2. Aprenden más rápido viendo imágenes graficadas claras y fáciles de entender.
3. Las imágenes deben responder al contexto determinado del lector y siempre con objetividad.
4. Se sienten cómodos al verse graficados o representados positivamente, nunca denigrados.



### Lecturas sugeridas

Grupo Asociado TALPUY, 1982-1999. Revistas, calendarios, afiches o carteles y manuales *MINKA*. Grupo de Investigación y Desarrollo de la Ciencia y Tecnología Andina “Talpuy”. Huancayo, Perú.

Muestras de estas publicaciones pueden conseguirse dirigiéndose a las autoras en: [gloriamiranda@hotmail.com](mailto:gloriamiranda@hotmail.com)