



EL PREGÓN: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DESDE EL CONTEXTO SOCIOCULTURAL.

Autora: MSc. Yousy Baby Ramírez.

Profesora de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la
Universidad de Guantánamo, Cuba. ybaby@cug.co.cu¹

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Yousy Baby Ramírez (2017): "El Pregón: descripción y análisis desde el contexto sociocultural", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (noviembre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/11/elpregon-analisis.html>

Resumen

La palabra constituye el vehículo que transmite la historia y memoria del hombre. El pregón, como acto de habla tiene como objetivo que el cliente u oyente al escucharlo; acuda a comprar el producto que se oferta por parte del pregonero u hablante. El presente artículo hace referencia a conceptos emitidos por diferentes autores acerca del pregón, oralidad e identidad cultural demostrando vinculación e importancia para su preservación. Utilizándose la metodología cualitativa para describir y analizar el pregón como tradición oral desde el contexto sociocultural.

Summary

The word constitutes the vehicle that transmits the history and the man's memory. The cry, as speech act has as objective that the client or listener when listening to it; go to buy the product that is offered on the part of the proclaimed or speaking. The present article makes reference to concepts emitted by different authors about the cry, orality and cultural identity demonstrating linking and importance for its preservation. Being used the qualitative methodology to describe and to analyze the cry like oral tradition from the sociocultural context.

Palabras claves:

Pregón - Cry

Oralidad – Orality

Tradición oral - Oral tradition

Identidad cultural – Cultural Identity

Contexto Sociocultural – Sociocultural context

¹ Yousy Baby Ramírez graduada de Licenciatura en Estudios Socioculturales en el 2008. Máster en Ciencias de la educación en el 2016. Jefa del Depto. Estudios Socioculturales y Sociología y profesora auxiliar de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Universidad de Guantánamo.

Introducción

Toda cultura es en cierto modo oral, le pertenece todo un arsenal de saberes que se transmiten por la vía de la comunicación interpersonal y se traduce en forma de hablar, gesticular, caminar, pregonar, entre otros. La oralidad es utilizada como canal único no sólo de transmisión, sino también de conservación de la memoria colectiva. Parte integrante de la vida en cualquier cultura; auténtico recurso para conservar el pasado y mantener viva la herencia cultural en las nuevas generaciones.²

La oralidad incide en las relaciones sociales, pues la mayoría de las actividades cotidianas se desarrollan a través de ella; tanto que la comunicación se interrumpe cuando se deja de hablar a alguien.³ Dentro de sus manifestaciones se destaca el pregón que relaciona al vendedor y al cliente y es muestra de la identidad cultural.

Desde este punto de vista Rolando Zamora (2000) define la identidad cultural: “(...) es la forma en que dicha comunidad asume, de forma consciente (mediante un discurso nacional o vivencia cotidiana), toda manifestación o expresión de su ser espiritual y material, creado durante su devenir histórico, hállese o no como nación o estado; es el sentido que un colectivo humano tiene de su ser y de la continuidad del mismo como entidad distinguible de otras análogas”.⁴

De acuerdo con lo planteado anteriormente la identidad cultural es la herencia de generaciones anteriores que comprende aspectos tan diversos como la lengua, el sistema de valores, creencias, tradiciones, ritos, costumbres y comportamientos de una comunidad. Está relacionada con las raíces culturales e históricas que conforman la cultura y nos diferencian y asemejan a otros pueblos. Pertenece a la esfera de lo subjetivo y constituye un aspecto sentido, experimentado como propio en el proceso de identificación personal, inmersa en la historia colectiva por la diferenciación nacional.

A consideración de la autora del presente artículo, si se parte del criterio de que la identidad cultural es la huella digital que les permite a los pueblos identificarse, saber quiénes son, de donde vienen y a donde van. Se debe considerar la necesidad de rescatar el pregón como tradición oral y legado cultural que tanto cuesta a un pueblo crear, preservar y transmitir de una generación a otra. Por tanto, defender y conservar lo espiritual y material, lo pensado y vivido, historia y presente, naturaleza y cultura, lo que han sido, cómo son y de qué manera quisieran ser es de vital importancia en los momentos actuales para los países de Latinoamérica y el Caribe.

Teniendo en cuenta al destacado antropólogo brasileño Darcy Riveiro (2001), existen muchos rasgos coincidentes que unen a los pueblos latinoamericanos y caribeños como son: un clima tropical con amplios paisajes verdes y temperaturas moderadas, la fauna compuesta por animales pequeños, el mar rico en recursos marinos en el cual la pesca ocupa un lugar destacado. La sociabilidad, el sentido del humor, la pasión por los juegos, la tremenda asimilación del ritmo, la danza, las fiestas, la inconfundible música, la religión, la superstición, el mestizaje cultural y la curiosidad por todo lo novedoso son características que lo distinguen del resto del continente.

La imagen de un complejo proceso de sincretización permite comprender el cúmulo diverso

² Vera Estrada, Ana (2000). *Pensamiento y tradiciones populares: estudios de identidad cultural cubana y latinoamericana*. La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.

³ Calsamiglia, Helena, Tusón, Amparo. *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Editorial Ariel Lingüística.

⁴ Rolando Zamora (2000) p.184, apud. Mercedes Causse Cathcart (2006). *Los unificadores culturales como expresión de identidad en Los Hoyos: un estudio desde la teoría sociolingüística*. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctora en Ciencias Filológicas. Santiago de Cuba, p.15-16.

de expresiones culturales y formas afines nacidas de la sensibilidad de estos pueblos, donde se incluyen todas las expresiones de la cultura popular tradicional; los cuales encarnan de diversos modos en el arraigo de quienes lo conservan y transmiten, la fisonomía y temperamento de cada región, por lo que es de meritoria importancia la necesidad de investigar el tema del pregón desde el contexto sociocultural.

Teniendo en cuenta la importancia de este elemento, causa motivación investigar sobre el comportamiento del naciente fenómeno cultural y se propone como problema de investigación: ¿Cómo ha influido el pregón en el contexto sociocultural de Cuba? Delimitando como objetivo general: Determinar la influencia del pregón en el contexto sociocultural de Cuba. El estudio se sustenta en la antropología cultural utilizándose los métodos y técnicas de las metodologías cualitativa y cuantitativa. Revelando el presente artículo la influencia del pregón en el contexto sociocultural de Cuba como tradición oral que debe preservarse para las futuras generaciones.

Desarrollo:

La palabra “pregón” es procedente del latín *praeconium*, y generalmente se refiere a una proclama pronunciada de manera pública, con la intencionalidad manifiesta que la mayor cantidad de personas tome conocimiento de la información difundida.⁵ La existencia del pregonero viene desde la época colonial, principalmente durante los siglos (XVI y XVII). Convirtiéndose en una de las formas más frecuentes para transmitir la información pública.

Para Nicolás Guillén (1975) el pregón “*Es un arte que no todo el mundo puede dominar.*”⁶

Al respecto Miguel Barnet (1998) considera que: “(...) con el calificativo de *pregón* denominamos aquellas voces o gritos que expresándose de formas y estilos muy diversos, sirven para anunciar una mercancía o una habilidad manual.”⁷

Michelle Olivari (2004) señala que el pregón representa (...) “*la oralidad de las calles, principal tejido conectivo de la opinión pública*”.⁸

De este análisis se puede extraer que el pregón es un arte de anunciar mercancías en voz alta en lugares públicos, con humor, elegancia y seducción, una tradición que refleja una riqueza poética y musical que contribuye a articular, normar y regular la vida urbana. Clave en el contacto con la sociedad esencialmente oral, de voz y escuchas, en donde las palabras tenían un poder absoluto. Forma parte de la vida cotidiana, de la historia de las ciudades, de sus espacios escénicos, de las modas, costumbres que durante cada periodo dieron forma a cada una de ellas. Sabiduría popular en peligro de extinción que constituye un capítulo imprescindible en la historia de la humanidad con secretos y magia.

En el ámbito internacional numerosos investigadores han tratado el tema del pregón como: Díaz (1988), Gómez (2003), Olivari (2004), Beltrán (2008), Illades (2008), Molina (2009), González (2011), Nieto (2012), entre otros. Los cuales coinciden que el pregón es un instrumento de comunicación política, forma parte de la tradición oral de los pueblos, del patrimonio cultural y de la historia de la humanidad.

En el caso de Cuba se han realizado investigaciones desde diferentes perspectivas, tal es el caso de: Barnet (1963), Guillén (1975), Carpentier (1994), González (2004), Alegret (2009),

⁵Chávez, Gerardo E. (2012). “*El pregonero, vocero anónimo del imaginario social cubano*”. Recuperado de: <http://www.cubaliteraria.com/articulo.php?idarticulo=15516&idseccion=88>

⁶ Nicolás Guillén (1975). “*Pregonos*”. En: Prosa de prisa. La Habana, Editorial Arte y Literatura, 1975, t. 1.

⁷ Barnet, Miguel (1998). “*El pregón: un personaje anónimo de nuestro folklore*”. La fuente viva. La Habana: Editorial Letras Cubanas.

⁸ Olivari, Michel (2004). “*Entre el trono y la opinión. La vida política castellana en los siglos XVI y XVII*”. Junta de Castilla y León: Valladolid.

Gómez (2010), Bidot (2011), Riquenes (2011), Chávez (2012), Loo (2012), Pendas (2012), Bianchi (2016) y Blas (2016), quienes aportaron el origen y características del pregón en Cuba, el papel que desempeñó como tradición colonial, sus influencias en la música cubana y en la vida cotidiana.

En la actualidad vuelve el pregón a apoderarse del panorama sonoro de las ciudades. Aunque nunca ha desaparecido del todo, ha perdido elementos identitarios a lo largo de las últimas décadas. Coexisten nuevas formas de pregonar a través de grabaciones, hay un aumento de los puestos comerciales por cuenta propia, la expansión de los centros comerciales en diferentes localidades, limitado uso de expresiones de fino humor picaresco para anunciarse, falta de una estrategia de venta y trotan las calles con gran celeridad.

Estos elementos tienen semejanzas y diferencias en las regiones de Latinoamérica y el Caribe. En muchos casos varía de acuerdo a la zona geográfica, patrones culturales, tipo de producto, forma de venta (espacio fijo o vendedores ambulantes), gustos, preferencias y precios. Lo que condiciona la manera diferente de pregonar para atraer a los posibles compradores, adquiriendo perfiles propios. Donde cada vendedor de acuerdo con su imaginación y musicalidad improvisa pregones de mayor o menor virtuosismo. Es imposible hablar de alguna región específica latinoamericana y caribeña sin que se impliquen otras. La identidad cultural de esta zona geográfica, surgida de un profundo y complejo mestizaje es una realidad y el perfeccionamiento de la conciencia de sí mismos hace de la unidad una utopía a la que es posible aproximarse como una verdad latente.

América Latina es rica en pregones, y hacia el sur se distinguen los brasileños. Los mismos muestran un repertorio variado e infinito de pregones populares. Todavía allí el hombre humilde se encuentra en una situación de terrible desamparo económico por lo que tiene que salir a la calle a vender para buscar el sustento del día. Canciones, poemas, obras teatrales brasileñas se hacen eco del pregonero que sale con su carreta llena de naranjas, toronjas y mandarinas con la esperanza de vender todo.

Los países impregnados del influjo africano cuentan también con esta rama del acervo popular tradicional. El continente de América del Sur debido a razones económicas y favorecidas por el factor climático es tierra fértil en pregones de riqueza extrema. Fluido, gracioso, picante, el pregón ha sido a través de la historia grito de angustia del hombre que ha tenido que sobrevivir al hambre y la injusticia de los regímenes dominantes.

En países como Panamá, Venezuela, Puerto Rico, Perú y Cuba se destacan vendedores de “*raspao*”; refrescante hielo frapé que algunos refieren amenizar bodas, fiestas, cumpleaños y hasta eventos sociales con sus carritos y mezclas de colores y sabores. Propio de hombres como resultado del esfuerzo físico que implica empujar la carretilla, oficio para el sustento familiar.⁹

En España el pregón de Semana Santa es el gran evento que precede a los días en que celebran la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo, una exaltación a la fe y las tradiciones que convierten en única la Semana de Pasión. Donde confluyen autoridades religiosas y civiles, asociados o no para contemplar como un pregonero desde su atril desgrana verso y prosa de la Semana Santa.

En Andalucía la música de los pregones es parte del patrimonio cultural. Cada pregonero anuncia cualidades y funciones de la mercancía a viva voz por las calles. Se valen sólo de la voz, exceptuando a los “afiladores” de cultura gitana, que emplean una pequeña flauta de pan, en las que improvisan inspiradas melodías, curiosamente de carácter modal,

⁹ Piqueras, Nubia (2017). “*Mezcla de sabores para mitigar el calor*”. Orbe: Prensa Latina. Año XIX, No. 2. ISSN: 1608-1838.

conservando sin saberlo melodías arcaicas, que tienen su origen en los antiguos modos griegos.

En Cuba el pregón tiene características especiales; no se da de la misma manera en las provincias que en la urbe citadina. Por lo general, el vendedor ambulante pregona a pie y se mueve en determinadas zonas de la ciudad. Convirtiéndose en un personaje casi familiar cuyo paso se espera y a quien se echa de menos si no aparece. El pregonero es parte del pueblo y pregonar es su modo de expresión y medio de vida.

Predomina el sexo masculino por lo agotador que suele ser esta labor. Los hombres trabajan el día entero, descansan por breve tiempo porque no se pueden estacionar. Cuando alguna mujer vende algún producto, se trata de dulces o cucuruchos de maní, y en la mayoría de los casos estas prefieren sentarse en un lugar donde transitan muchas personas y de esta manera evitan la caminata.

Entre los accesorios que utilizan se destacan los silbatos, grabadoras, cuchillos y romanas que colocan en cualquier superficie. Trasladan sus productos en carretillas, vagones, bicicletas o triciclos y en ocasiones en coches con caballos. Los productos que más venden son agrícolas destacándose: viandas, especias, verduras, hortalizas y frutas. También productos elaborados por ellos mismos como el puré de tomate, tamal, granizado y yemita de coco.

Los pregones que utilizan son:

- "Ajooo, cebollaaa / . "Ven coge esto o aquello/ cómprame aquí".
- "Llevo tomate/ papa/ habichuela/ ajo/ cebolla/ Ven/ cómprame que se acabó el abuso/ llevo la rebaja".
- "Me dicen el sabor/ Ajooo/cebollaaa".
- "Hay Ajooo/ hay tomateeee".
- "Oyeeeeeee llegó el platanerooo/ platanerooo"
- "Llegué al barrio/ se acabó el abuso/ ven a ver mi yuca/ boniatoooooo"
- "La que barre sola" "Escoba, escobaaaaa".
- "Ven a ver vecina calabaza de la India/ y mi ajo de la China" (utiliza silbato)
- "Hayacaaaa/ hayacaaa/ vamos refuerza".
- "Ven/ ven aquí/ oyeee ven pa' ca a comprar plátano burro/ no mire na' má' "
- "Ven pa' que no le pida al vecino coge tu frijol colora 'o aquí"
- "Hay quimbombó/ hay habichuela/ venga/ venga que se quedaaa"
- "Hay sol para que salga/ pa' que compreee cebollaaa/ ajoo/ puréee que esto e pa' usted".

Se caracterizan por ser pregones directos, donde el vendedor ofrece lo que tiene de una manera en que el oyente realiza una interpretación bastante literal de lo que está en venta. Son personas humildes, con apariencia de trabajo, se trasladan en bicicleta o carretillas por las calles. Muchos de ellos son llamados a partir del producto que venden, por ejemplo: *Tamarindo*, *tamarindo*, en ocasiones en que un cliente desea comprar y el vendedor va caminando. Convirtiéndose en personajes habituales de las comunidades, a los cuales los pobladores le guardan consideración y respeto, sobre todo los niños, como lo refleja la vendedora de escobas: "*Ya la gente me conoce, y más los niños*"¹⁰

El pregón además de invitar a comprar, refleja el momento histórico que vive Cuba. Donde la cotidianidad es un poco agitada, esto mismo hace que la manera de pregonar varíe un poco. No se comporta como en siglos pasados, ahora se enuncia de manera directa y se establece una estrecha relación entre vendedor y cliente.

Conclusiones:

¹⁰ Testimonio de Juana pregonera de escobas.

1. El pregón contribuye a la preservación de la tradición oral y es muestra de la identidad cultural de los pueblos.
2. Deviene como expresión de la memoria histórica del imaginario social y cultural de colectividades humanas.
3. Constituye un vehículo de gestión de venta como labor económica, en beneficio individual, familiar y estatal al ser una alternativa de trabajo.
4. El pregonero se ha convertido en un personaje habitual de las comunidades.

Bibliografía:

1. Barnet, Miguel (1998). *“El pregón: un personaje anónimo de nuestro folklore”*. La fuente viva. La Habana, Editorial Letras Cubanas.
2. Barnet, Miguel (2002). *“Los vendedores ambulantes”*. Revista *Catauro*. La Habana. Año 3, No. 5 enero-junio. pp.150-157.
3. Blas Rodríguez, Juan (2016). *“El pregón cubano”*. Tomado de: <http://www.radioenciclopedia.cu/curiosidades/el-pregon-cubano-20160224/> Consultado 2/3/2017
4. Bianchi Ross, Ciro (2016). *“Pregones”*. Tomado de: <http://www.juventudrebelde.cu/columnas/lectura/2016-08-13/pregones/>
5. Bidot Martínez, Irina (2011). *“Pregones en Santiago de Cuba. Una mirada desde la cortesía verbal”*. Ponencia presentada en la *VI Conferencia Internacional Lingüística* Ciudad de La Habana, Instituto de Literatura y Lingüística “José Antonio Portuondo Valdor”. (Formato PDF).
6. Carpentier, Alejo (1994). *“Pregones habaneros”*. En: Temas de la lira y del bongó. La Habana, Editorial Letras Cubanas.
7. Chávez, Gerardo E. *“El pregonero, vocero anónimo del imaginario social cubano”*. Tomado de: <http://www.cubaliteraria.com/articulo.php?idarticulo=15516&idseccion=88>
8. Riquenes Cutiño, Odalis. *“La vida en un pregón”*. Tomado de: <http://www.juventudrebelde.cu/cultura/2011-11-07/la-vida-en-un-pregon/>
9. De Friedemann, Nina S (1999). *“De la tradición oral a la etnoliteratura”*. *Oralidad* No.10, pp. 19-27.
10. Díaz Ayala, Cristóbal (1988). *“Si te quieres por el pico divertir.”* (Historia del pregón musical latinoamericano). San Juan, Editorial Cubanacán.
11. Betancourt, Lino. *“Los pregones”*. Tomado de: <http://www.cubarte.cult.cu/periodico/opinion/los-pregones/22139.html> (Consultado 2012-05-18).
12. Gómez, Sofía. El pregón, una tradición colonial que renace en Cuba. Tomado de: <http://www.elnuevoherald.com/ultimas-noticias/article2028276.htm>
13. Milí Bustillo, Néstor. *“Yerberero moderno”*. *El pregón en la música cubana*. Disponible en: <http://www.cadenahabana.cu/2012/02/28/el-pregon-en-la-musica-cubana/> Consultado (28 feb. 2012).
14. Nieto Soria, José Manuel (2012). *“El pregón real en la vida política de la Castilla Trastámara”*. Revista *Historia*, No. 13, pp. 77-102.
15. Loo Vázquez, José Roberto. *“El pregón, melodiosa promoción de venta callejera”*. Tomado de: <https://asiescuba.wordpress.com/2012/10/30/el-pregon-melodiosa-promocion-de-venta-callejera/> Consultado 2/3/2017.
16. Luna Neyra, José Antonio. *“Identidad cultural: qué es y para qué sirve”*. Tomado de: <http://www.redaccionpopular.com/articulo/identidad-cultural-que-es-y-para-que-sirve> Consultado 2/3/2017.