



PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO

CUADERNOS

11

Primer Encuentro
Nacional de
Promotores y Gestores
Culturales • 2004

Memoria en cuatro actos

PATRIMONIO
CULTURAL
Y TURISMO

CUADERNOS

11

Primer Encuentro
Nacional de
Promotores y Gestores
Culturales • 2004

Memoria en cuatro actos

PATRIMONIO CULTURAL Y TURISMO

CUADERNOS

11

Primer Encuentro
Nacional de
Promotores y Gestores
Culturales • 2004

Memoria en cuatro actos

CONSEJO NACIONAL
PARA LA CULTURA
Y LAS ARTES

Sari Bermúdez
Presidenta

Gloria López Morales
Coordinadora de Patrimonio Cultural,
Desarrollo y Turismo

CUADERNOS
DE PATRIMONIO
CULTURAL Y TURISMO

Directora
Gloria López Morales

Coordinadora editorial
Gabriela Olivo de Alba

Editor
Bruno Aceves

Diseñador gráfico
Daniel Hurtado

Comité editorial
Bruno Aceves
Carmen Islas Domínguez
Gabriela Olivo de Alba
Sol Rubín de la Borbolla

Responsable editorial
José Hernández

Iconografía
Jimena A. Mateos

Cuidado de la edición
Daniel Hurtado
Bruno Aceves

Apoyo secretarial
Gloria Olivo

Apoyo técnico
David Marcial

Distribución
Carmen Islas Domínguez

Fotografía de portada
Zacatecas / Conaculta - INAH
Dirección de Patrimonio Mundial

Eudoro Fonseca Yerena
Director General de Vinculación Cultural

José Antonio Mac Gregor
Director de Capacitación Cultural

Anacecilia Montilla Rugeles
Subdirectora de Formación Cultural Continua

Adriana Martínez Flores
Jefa del Departamento Técnico de Formación Cultural

Patrimonio Cultural y Turismo. Cuadernos 11
Primer Encuentro Nacional de Promotores y Gestores Culturales - 2004. Memoria en cuatro actos
Primera edición

Derechos reservados
©Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Coordinación de Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo
Mercaderes 52,
Colonia San José Insurgentes,
Benito Juárez, México D.F. 03900,
Teléfonos: 9172-88-24 al 28
Fax: 9172-88-17
cultur@correo.conaculta.gob.mx

"Esta publicación es de carácter público, no es patrocinada ni promovida por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan los contribuyentes. Está prohibido el uso de esta publicación con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este programa deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente."

ISSN: 1665-4617
Impreso y hecho en México

ÍNDICE

- 9 **PRESENTACIÓN**
Dirección de Capacitación Cultural - DGVC - Conaculta
- 17 **SE ABRE EL TELÓN: Palabras iniciales**
Miguel Alonso Reyes
David Eduardo Rivera
- 21 **PRIMER ACTO: Patrimonio, gestión y política cultural**
- 23 Patrimonio cultural intangible y desarrollo en el México
 megadiverso - Conferencia magistral
José N. Iturriaga
- 35 La gestión cultural y la construcción de poder. El mundo en
 gestión - Conferencia magistral
Héctor Ariel Olmos / Ricardo Santillán Güemes
- 47 Hacia un modelo democrático de política cultural
Eudoro Fonseca
- 59 **SEGUNDO ACTO: La cultura en el desarrollo integral**
- 61 La promoción y gestión cultural en la perspectiva de la dimensión
 cultural del desarrollo
Adrián Marcelli
- 79 Gestión cultural y desarrollo socioeconómico: asuntos transversales
 de la sostenibilidad - Conferencia magistral
Winston Licona Calpe
- 101 Políticas culturales públicas urbanas en América Latina
Liliana López Borbón
- 109 Identidad cultural
Carlos de la Mora
- 111 Identidad y globalización
José Antonio Mac Gregor

121	Arte y consumo artístico Othón Téllez
129	TERCER ACTO: Capacitación de promotores y gestores culturales
131	Capacitación y formación Clara Mónica Zapata J.
139	Uso y desuso del patrimonio cultural. Retos para la inclusión social en la Ciudad de México Ana Rosas Mantecón
165	Un vistazo al Sistema Nacional de Capacitación y Profesionalización de Promotores y Gestores Culturales de México Dirección de Capacitación Cultural - DGVC - Conaculta
179	Intención educativa de promotores y gestores culturales Alfonso Hernández Barba
181	Taller de mercadotecnia cultural (reseña) Ana Lucía Recamán M.
185	Promoción de la lectura y la escritura Ana Rosa Díaz Aguilar
191	Educación, conocimiento y convivencia Salvador Aburto M.
197	Desarrollo humano y cultura: una visión humanista de la diversidad María Elena Figueroa Díaz
205	CUARTO ACTO: Comunidades emergentes y cibercultura
207	Ambientes culturales y mundos mediáticos Héctor Gómez Vargas
213	Fuentes conceptuales de la cibercultura Jesús Galindo Cáceres
219	SE CIERRA EL TELÓN: Discurso de clausura (fragmento) Dirección de Capacitación Cultural - DGVC - Conaculta

PRESENTACIÓN

Entre los procesos de creación cultural y las comunidades; entre el patrimonio heredado y la población para la que fue creado; entre las posibilidades de gozar y disfrutar lo realmente valioso de un pueblo, lo que enorgullece y distingue a sus habitantes, lo que permanece en medio de estos tiempos tan vertiginosos que nos han tocado (sus historias, sus modos de hablar, de ser, de vivir, de pensar y de sentir); entre todo ello y la gente que no quiere vivir aislada en el consumo pasivo e indolente de contenidos culturales impuestos, desarticuladores del tejido social y causantes de un individualismo deshumanizante, el promotor y el gestor cultural desempeñan un papel central como disparadores de procesos de participación comunitaria para la apropiación y recuperación de la vida, porque recuperar la cultura de manera crítica y colectiva es recuperar las riendas del propio destino.

En el cuestionamiento al discurso hegemónico, que pretende establecerse como el discurso único, habrá que replantearse el papel que juega la cultura como sentido de vida, cosmovisión y código ancestral para entender hoy nuestro mañana. Por ello promovemos desde el Conaculta procesos de profesionalización para la revaloración social y el posicionamiento de los promotores y gestores como verdaderos impulsores del desarrollo integral de la sociedad; para que su actuar no se restrinja a la realización de actividades superficiales o de ornato y sean capaces de vincular su trabajo con la educación, con el turismo, con el empleo, con el diseño e instrumentación de proyectos productivos, para la preservación del medio ambiente y la creación de empresas culturales autogestivas; para incidir en las universidades, los medios de comunicación, entre los artistas y críticos; para participar con todos los grupos y sectores de sus comunidades a fin de constituirse en auténticos promotores del cambio social donde la acción colectiva redunde en mayor equidad, mejor distribución y una elevación del nivel de acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales.

El promotor cultural ya no puede limitarse al uso de la intuición (siempre útil, pero insuficiente) ni de la improvisación, por creativa que ésta sea. Su

El Primer Encuentro Nacional de Promotores y Gestores Culturales, se realizó del 23 al 26 de junio de 2004 en la ciudad de Zacatecas.

perfil deberá complementar actitudes de respeto, liderazgo, flexibilidad, apertura y servicio, con aptitudes en el manejo teórico-conceptual que enmarca la práctica de la promoción: identidades, campos culturales, globalización, políticas culturales, migración, legislación, cibercultura, patrimonio tangible e intangible y tendencias actuales de consumo cultural. De igual importancia es la adquisición de metodologías básicas y rigurosamente aplicadas para la planeación estratégica, la elaboración de proyectos, la procuración de fondos, la organización de eventos y talleres; la formación de públicos, la adecuada utilización de técnicas y dinámicas de animación sociocultural, la difusión y el periodismo cultural.

La profesionalización de la promoción cultural, su especialización y su aplicación multidisciplinaria conducen a un nivel superior de eficiencia y calidad: la gestión cultural como un proceso complejo, integral, colectivo, experto y con un mayor impacto en sus resultados; la gestión cultural sustentada en el ejercicio participativo de equipos en los que la opinión de todos es importante, donde todos influyen en las decisiones y son involucrados en todas las fases de la planeación que se caracteriza por ser sistemática y siempre actualizada; la gestión cultural que se legitima permanentemente a través de sus resultados y actitudes de respeto y apertura que la guían; que se actualiza y diversifica en su relación entre teoría y práctica; que expone sus políticas y resultados públicamente para obtener consensos, corregir errores y dar sustento político y viabilidad a sus proyectos.

Los campos del gestor cultural hoy son más variados y competitivos porque éste puede apoyar o asumir la conducción de importantes procesos vinculados al patrimonio cultural, las artes, las culturas populares, las industrias culturales, la ecología, la gastronomía o las culturas étnicas desde la gestión pública, privada o comunitaria. Aunque tradicionalmente los promotores culturales provenían mayoritariamente del magisterio o eran artistas, poco a poco se han ido sumando sociólogos, pedagogos, antropólogos, abogados, filósofos, comunicadores, psicólogos, economistas, periodistas, historiadores y diseñadores.

Actualmente la política cultural del Estado mexicano aspira a ser más democrática y participativa y a estar más cerca de los intereses de los ciu-

dadanos y sus comunidades; a favorecer la construcción de una ciudadanía cultural en la que además de ampliar el acceso a los servicios culturales a un mayor número de personas propicie que los ciudadanos decidan el tipo y la naturaleza de los bienes y servicios culturales con los que desean relacionarse; una política que vuelva esa relación más crítica, informada, creativa, lúdica y gozosa, y que contribuya a rehacer el tejido social de nuestras comunidades, crecientemente fragmentadas en todos los aspectos.

A la imposición autoritaria y paternalista de un modelo hegemónico que concibe el desarrollo como crecimiento económico, injusto y desigual, debemos anteponer opciones construidas desde una multiculturalidad que promueve la diversidad, la complejidad y el diálogo; un modelo en el que a partir de la práctica concreta de cada promotor y cada comunidad se reflexione, teorice y cree conocimiento crítico capaz de orientar una praxis que transforme al mundo, de modo que el centro del desarrollo sea el propio ser humano.

Hoy, cuando algunos nubarrones de carácter presupuestal nublan el panorama del sector cultura, es cuando más firmes y convencidos debemos estar sobre la importancia y valoración de lo que hacemos para que nuestro proyecto nacional de formación cultural avance hacia una pedagogía crítica para lograr una educación multi e intercultural, que sea cada vez más práctica y sustentada en las experiencias vividas por los promotores; que por un lado responda a los problemas reales y concretos y que, por el otro, estimule su sensibilidad afectiva, dotándolos de un lenguaje de análisis social y de crítica cultural en un contexto de *praxis* social, sin olvidar nunca que aunque el campo de la creación artística no es el único, seguirá siendo fundamental como ámbito privilegiado de la creatividad, síntesis simbólica y visualización profética de los pueblos.

El programa que se desarrolló durante el Encuentro incluyó tres conferencias magistrales, cinco mesas de trabajo conducidas por un ponente y un contraponente, y diez talleres impartidos por especialistas en los temas que generaron mayor interés entre los promotores que enviaron sus propuestas con anticipación. Los temas abordados fueron la capacitación de promotores y gestores, la vinculación educación-cultura, cultura y desarrollo integral,

patrimonio, turismo y desarrollo cultural, la cultura en el desarrollo comunitario, mercadotecnia cultural, cibercultura, estudios de público y promoción de la lectura. Los especialistas, además de una mayoría de nacionalidad mexicana, llegaron de Argentina, Colombia, Venezuela y España.

Zacatecas ofreció la oportunidad de analizar los nuevos retos de nuestro apasionante quehacer, entre los cuales destaca el transitar del “victimismo” incomprendido a un nuevo posicionamiento en la sociedad en general mediante una nueva praxis comunitaria de mayor impacto social y generado por una integralidad estratégica, volitiva y participativa, a fin de crear comunidad, rehacer tejido social y construir ciudadanía. Lo que real y definitivamente dará legitimidad a nuestro trabajo será su calidad humana, su congruencia, pertinencia comunitaria y el nivel de bien-estar, bien-vivir y de bien-ser que se logre entre la gente.

Durante este primer Encuentro se entregó el primer diploma con certificación oficial de la SEP y del Sistema Nacional de Capacitación Cultural, logro sin duda alguna relevante después de años de formación autodidacta, empírica y sin reconocimiento institucional alguno. No dejemos de distinguir continente de contenido, forma de esencia: podríamos expedir miles de certificados, realizar cientos de diplomados o decenas de encuentros queriendo trascender como profesionistas, pero si dicha certificación no va acompañada por nuevas practicas socioculturales reales, coherentes, significativas y transformadoras, podríamos caer en un “academicismo” que muy pobre favor le haría a nuestra configuración profesional como agentes de cambio, de servicio comunitario y desarrollo del tesoro máspreciado, íntimo y estimulante para un pueblo como lo es su cultura.

Fito Páez canta como gesto de humildad a la pregunta de Heredia: “¿Quién dijo que todo esta perdido? Yo vengo a ofrecer mi corazón.” Y si alguien pregunta en qué radica la fuerza y energía que se vivieron durante el Primer Encuentro Nacional de Promotores y Gestores Culturales, la primera respuesta será que todos fueron a ofrecer su corazón, que todos y cada uno pusieron lo mejor de sí para este espléndido colectivo constituido, gracias a cada palabra dicha y escuchada, en una comunidad real. El diálogo como motor de

la intersubjetividad creadora de conocimiento fue un poderoso estimulante de ánimos y emotividades escépticas o adormecidas.

Historias, proyectos, biografías y rutas de vida fueron intercambiadas al igual que sonrisas que florecían renovadas; quejas y reclamos legítimos fueron sacados del viejo baúl del anecdotario, así como esperanzas de encontrar nuevos sentidos a esto de vivir congruentemente la vida que uno ha elegido, la cultura de nuestros entrañables pueblos con todas sus implicaciones, con todas sus fortalezas y debilidades: la cultura como posibilidad utópica.

Otro reto: hacer de la capacitación un proceso permanente de formación, tendiente a una profesionalización que visualice de manera amplia y global la compleja realidad del mundo en su conjunto, capaz de diseñar e instrumentar estrategias de “intervención” pertinentes y de alto impacto y a distintos niveles: desde los mas ambiciosos proyectos globalizadores de solidaridad en la defensa de los derechos y las libertades culturales de cooperación internacional, de intercambio académico y desarrollo de polos culturales a partir de estregias sustentadas en análisis de “territorialidad” regional hasta los siempre imprescindibles proyectos locales de carácter integral, participativos e instrumentados bajo rigurosa metodologías que garanticen la calidad, no sólo terminal sino procesal, a través de indicadores cualitativos para medir las distintas significaciones que cada proyecto ofrece a los miembros de las comunidades involucradas.

Un reto que se impone en términos de congruencia elemental es que no basta visualizar la realidad de manera global, sino “moverse” intensamente de lo global a lo local y viceversa: el famoso pensar global y actuar local; producción local e inserción global; manejar *softwares* globales y generar conocimientos locales para integrarlos en redes horizontales para la retroalimentación entre pares interactuantes, gracias a la gran red global.

Contra el *copy-paste* (copiar-pegar) de la información que nos mandan por la red, la gestión cultural puede poner la creatividad, la investigación, la problematización comunitaria como eje de discusión y punto de partida para la acción colectiva, apoyada por la cibercultura para la creación de “comunidades emergentes de conocimiento”.

Cuando en punto anterior se hace mención a “metodologías de calidad”, subrayamos otro gran reto de la gestión cultural, que amerita alguna reflexión aparte. Como apunta Víctor Guédez

La atmósfera histórica que produce cada época sugiere siempre una filosofía gerencial, es decir, un enfoque de conducción identificado en las exigencias del momento. Podría afirmarse que la calidad total es uno de los retos que mejor encarna el espíritu de nuestra contemporaneidad.¹

Lo anterior obliga a trascender aquellas visiones que ven en todo lo que suene a “calidad” a engendros del neoliberalismo dirigidos a explotar la creatividad humana y a desnaturalizar todo lo vinculado a la sacrosanta y virginal cultura, a la que hay que proteger de todo lo relacionado con “calidad”, “mercadotecnia” y “planeación estratégica”.

Nada más dañino para la gestión cultural que vetarle dichos ámbitos por prejuicios ideologizados y obsoletos; será mas reconocida, útil y valorada socialmente cuando más y mejor cuide la generación de sus servicios mediante sistemas de gestión de la calidad, sustentados en la identificación de procesos clave y la aplicación rigurosa de etapas que incluyan inevitablemente la planeación adecuada de los servicios culturales a partir de lecturas cada vez más precisas de diagnósticos adecuados y la definición de objetivos y principios éticos; la gestión de recursos necesarios (humanos, materiales y financieros); la realización e instrumentación de las acciones; y el seguimiento y evaluación, a partir de la aplicación de indicadores cuantitativos y cualitativos adecuados, para que los resultados se lleven a cabo con la mayor eficiencia posible. De este modo, la evaluación retroalimenta los procesos de planeación y se obtiene la mejora continua, bajo esquemas que prometen e involucran de manera competente a todos los responsables de cada una de las etapas.

Así, continúa Guédez, hacemos frente a las incertidumbres, paradojas y complejidades de la realidad.

La calidad total propone estrategias adecuadas para responder a los predomios de teorías abiertas, a la visión pluralista, al sentido de oportunidad, a la ética de la

¹ Véase Víctor Guédez, *Gerencia, cultura y educación*, Fondo Editorial Trópicos / CLACDEC, Caracas, 1996.

realización, al énfasis en los procesos y a la vocación asertiva que se observan en la actualidad.²

En aquellos días compartimos mucho trabajo y anhelos acumulados: reencuentros afectivos, conocimientos, discusiones y proyectos; se presentó la colección editorial Intersecciones especializada en libros para promotores y gestores culturales y se proyectaron los dos primeros audiovisuales producidos en la Dirección de Capacitación Cultural; se realizaron reuniones formales fuera de programa entre el Conaculta y las Universidades para seguir abriendo licenciaturas y maestrías en Desarrollo Cultural, a fin de avanzar hacia la normalización de promotores culturales que no han podido incorporarse a una formación profesional; igualmente se lograron los primeros acercamientos oficiales para llevar a cabo el II Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales en 2005, proyecto presentado por la Dirección de Capacitación Cultural y aprobado por la UNESCO.

²Véase Víctor Guédez, *Op. Cit.*

Dirección de Capacitación Cultural - DGVC - Conaculta

SE ABRE EL TELÓN: PALABRAS INICIALES

Con beneplácito recibimos el comunicado de parte de la comisión organizadora, de que Zacatecas, una ciudad de profundo y reconocido abolengo cultural, había sido designada sede nacional de las jornadas académicas que realizan periódicamente los promotores voluntarios de cultura en nuestro país.

En nombre del pueblo y gobierno de este municipio de la capital del estado, expreso a ustedes la más cordial bienvenida a esta ciudad, que se congratula en constituirse durante estos días como sede del Encuentro Nacional de Promotores Culturales.

Agradezco la distinción de que nos han hecho objeto, pues nos brinda la oportunidad de recibirlos en esta hermosa ciudad que es Patrimonio Cultural de la Humanidad, y de invitarlos a conocer nuestra historia, tradiciones y el patrimonio artístico que nos ha sido legado a través de más de 450 años de historia.

Aprovechamos su estancia en esta ciudad para invitarlos a que disfruten la nueva imagen del Centro Histórico que durante los últimos tres años ha sido objeto de un permanente proceso de rescate, preservación, restauración e iluminación, a través de un programa que hemos denominado Zacatecas, Ciudad de Luz y Color, impulsado con la finalidad de preservar el patrimonio cultural que desde 1993 fue declarado Patrimonio de la Humanidad, para el disfrute de las generaciones presentes y futuras y para ofrecer un marco digno a la celebración de actos como éste.

Durante estas jornadas, nuestra ciudad, hogar de nuestras familias y cuna de nuestros ancestros, será el marco idóneo para expresar a cada una y cada uno de ustedes nuestras profundas muestras de gratitud y de reconocimiento, por la labor incansable y apasionada que realizan cada día a favor de sus barrios, comunidades, poblaciones y municipios.

Estoy conciente de que la tarea del promotor cultural es amplia y compleja. Son demasiados los retos a vencer y, en la mayoría de las ocasiones, pocos los recursos, el apoyo y la comprensión de la sociedad y de algunas instituciones. No obstante, a pesar de las adversidades, como su nombre lo dice us-

tedes son “pro-motores”, motores que promueven nuestra identidad y nuestras fortalezas, las que dan sentido a nuestros valores nacionales y universales.

Gracias a personas tan valiosas como ustedes es posible rescatar y promover en la comunidad todo aquello que forma parte de nuestro particular universo cultural, aspecto privilegiado en el trabajo cotidiano de los promotores. Preservando lo nuestro ustedes estimulan también la posibilidad de que conozcamos fracciones de cultura de otros pueblos y países. Ustedes han sabido defender lo nuestro y abrir un mundo de posibilidades para que los mexicanos podamos conocer el patrimonio de otras sociedades, con el afán de enriquecer el acervo cultural de cada ciudadano. Su actividad es pocas veces reconocida pero a pesar de ello la constancia en su misión ha dado excelentes resultados, que se han traducido en detonadores para el desarrollo de México.

Desarrollo no es sólo el intercambio de capitales convertidos en monedas, empleo y mercancías. El verdadero desarrollo es la apuesta por el capital humano y los intangibles que sólo se aprecian cuando de manera civilizada dos seres humanos saben ponerse de acuerdo fortaleciendo e intercambiando valores y cultura. La cultura ofrece un sinnúmero de beneficios a nuestros pueblos, y adquirir esa conciencia nos permite hacer un frente común para conseguir resultados favorables.

Les deseo una feliz y agradable estancia en esta ciudad que los recibe con afecto y admiración. Nuestra gratitud y reconocimiento a cada uno de los ponentes que asisten para compartir sus saberes. Confiamos en que sus jornadas serán fructíferas y redundarán en una cada vez más sólida formación como profesionales de la promoción cultural. Estoy seguro de que las ideas y propuestas de hoy constituirán beneficios para todas las comunidades, pueblos y ciudades que conforman la geografía nacional que nos identifica y que nos enorgullece a todos los mexicanos.

Miguel Alonso Reyes, presidente municipal de Zacatecas,
en el acto inaugural del Primer Encuentro Nacional de Promotores y
Gestores Culturales, Zacatecas, Zac., 24 de junio de 2004.

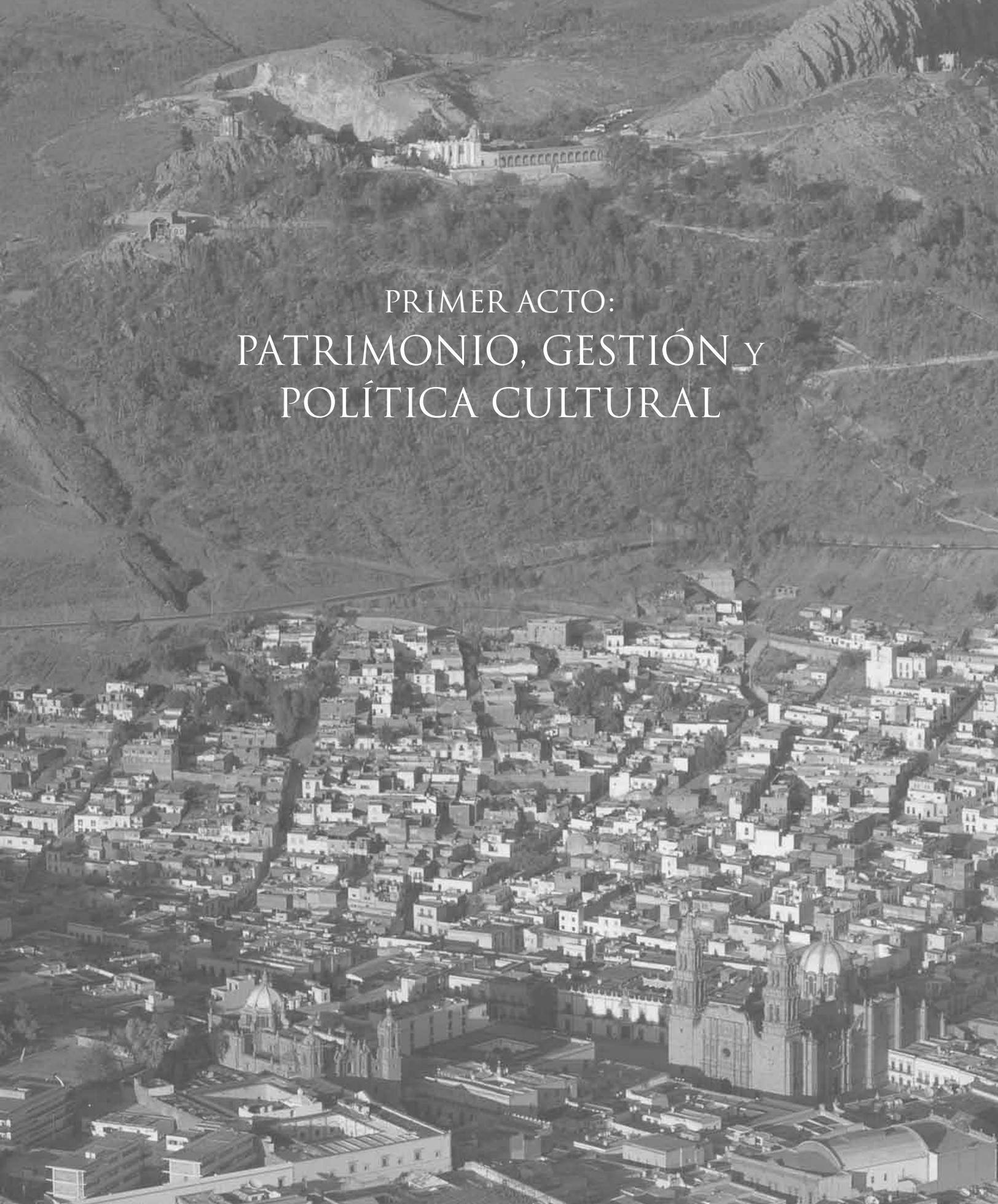
Zacatecas es un espacio pródigo, tierra de alcornia donde la tradición y la historia se encuentran y trazan caminos en espera de un mejor porvenir. Su inicial espacio mestizo presentía el esplendor de una ciudad que con el tiempo se vestiría de rosa y de plata. Zacatecas, así, si algo tiene, es alma. Sí: el alma de sus piedras, que la tienen desde que eran sólo entraña, sólo riscos, sólo peñas; alma que vibró intensamente cuando el pie español de Juan de Tolosa pisó tierras por primera vez en 1546; alma fuerte en el esplendor colonial, vigorosa en la Independencia, firme en la Reforma, gloriosa en la República restaurada; alma inquebrantable y luminosa en la Revolución.

Sus ciudades, sus villas, campos y minas, responden siempre al esfuerzo de sus hombres, hacedores de su propia historia.

Desde las nubes, Zacatecas se ve envuelta en una alfombra de tierra roja, barro encendido que suena a plata; a pie nos envuelve en cantera rosa, majestuosa. Hospitalaria y señorial a Zacatecas le vienen todos los adjetivos y le brotan todas las sensaciones.

Por ello, no es de extrañarse que quienes vienen a Zacatecas le entreguen parte de su alma, y por ello le cantan, le suspiran, le pintan o le escriben poemas. Seguramente así, venturosamente, en un esfuerzo sin precedente y en manera conjunta el Conaculta, el gobierno del estado de Zacatecas, a través del Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, la Universidad Autónoma de Zacatecas Francisco García Salinas, el Honorable Ayuntamiento de Zacatecas y el Instituto Coahuilense de Cultura, han convocado a este Encuentro. Extendemos a ustedes, a todos los participantes, una cordial bienvenida, esperando que los resultados de este importante evento fortalezcan el empeño que a diario cada uno de ustedes entrega en favor de un desarrollo cultural pleno y digno para los mexicanos.

David Eduardo Rivera, director general del
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde,
en el acto inaugural del Primer Encuentro Nacional de Promotores y
Gestores Culturales, Zacatecas, Zac., 24 de junio de 2004.

An aerial, black and white photograph of a city built on a hillside. The city is densely packed with buildings, and a large, prominent church with a dome and spires is visible in the lower right. In the background, a large, rugged mountain rises, with a long, low building complex situated on its upper slopes. The overall scene is a panoramic view of a city and its surrounding natural landscape.

PRIMER ACTO:
PATRIMONIO, GESTIÓN Y
POLÍTICA CULTURAL

PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE Y DESARROLLO EN EL MÉXICO MEGADIVERSO

CONFERENCIA MAGISTRAL

JOSÉ N. ITURRIAGA

Francisco Goitia / Autorretrato / Óleo sobre tela / s.f. / Conaculta - INBA - Museo Francisco Goitia



José N. Iturriaga es economista
e historiador.

ANTROPOCENTRISMO

Estas líneas tienen como objetivo central reubicar al ser humano como fuente, como promotor y agente, como beneficiario de la cultura y del desarrollo. Esta obviedad, como tantas otras de la vida cotidiana, con frecuencia llega a olvidarse, quizá precisamente porque su cotidianeidad diluye con el tiempo su importancia ante los ojos lo mismo de profanos que de especialistas.

Es cierto: hay una aparente tendencia entre los científicos puros y los sociales a aislar de tal manera su campo de investigación que pareciera posible relegar al todo, hacerlo secundario ante una de sus partes. Pero un biólogo no puede olvidar que la célula analizada por meses, y millones como ella, conforman un organismo; al astrónomo no le saldrían los cálculos si en sus observaciones a un cuerpo celeste no tuviera presentes a otros astros cercanos que influyen en la órbita del primero; algunos economistas no deberían regodearse ante cifras macroeconómicas optimistas, sin considerar la pobreza, el hambre del ser humano concreto. (La verdad de papel y tinta, Harvard *versus* la calle y la ranchería.)

Los arqueólogos trabajan en sitios precolombinos fantásticos y los ojos de su mente deben estar viendo a los miles de esclavos que dejaron la vida en la construcción de pirámides portentosas, a lo largo de varias generaciones. Y quizá más numerosas fueron las vidas ofrendadas a los antiguos dioses en sacrificios humanos celebrados en aquellos edificios deslumbrantes, hoy ruinosos.

Los nuevos dioses no se quedaron atrás. Los historiadores del arte y los restauradores de seguro observan en los templos/fortaleza del siglo XVI a la

evangelización forzada, la religión a sangre y fuego, la rapacería y la ávida codicia de las huestes cortesianas encubiertas de santa cruzada: bárbara y sanguinaria gesta; atrás de cada iglesia colonial, joyas del arte universal, también hay sangre esclava derramada en su construcción, pues sería hasta 1810 cuando Miguel Hidalgo aboliría la esclavitud.

No pretendemos el papel de aguafiestas. Porque la rica cultura nacional es por cierto una fiesta, una fiesta intelectual, una fiesta de la mente y de los sentidos. No. Sólo queremos recordar que lo único que da significación al trabajo cultural —como artista, como promotor, como escritor, como músico— es el ser humano. Vuelvo al principio. El hombre es el creador de la cultura y debe ser su beneficiario. El título de este encuentro ya trasluce esa intención: cultura y desarrollo. La cultura sólo tiene sentido si va a tener un reflejo en el bienestar de la gente, bienestar espiritual y por supuesto material. Sólo los satisfechos hasta el hartazgo pueden considerar al sustento como algo secundario. No quisiéramos perogrullar al decir que la cultura sólo tiene sentido si tiene *un* sentido. Es decir, sólo tiene caso si tiene objetivos.

MEGADIVERSIDAD BIOLÓGICA Y CULTURAL

Cuando se habla de un país megadiverso, por lo general este concepto tiene una connotación ecológica o ambiental. Permítasenos ahora ampliar ese significado acostumbrado, pues nuestra enorme diversidad lo mismo es biológica que cultural.

México, universo de la diversidad, es un espejo de la vida toda. Aquí podrían reconocerse pueblos y entornos del mundo, reflejados en algún sitio recóndito del mapa nacional o expuestos de manera ostensible, evidencia ante los ojos azorados de propios y forasteros. Al chauvinismo lo deja atrás la objetividad. La realidad natural y cultural supera a la fantasía. (En las erguidas indias huicholas de larga falda con su turbante festivo —fiestas de colores— vemos a mujeres del Tibet; en la Tovara nayarita o el Centla tabasqueño observamos un rincón del Amazonas; el imponente yaqui sonoreense nos remite a Mongolia; y el lacandón chiapaneco a Tailandia. Bosques de pináceas todavía majestuosos de Durango y Chihuahua muestran especies de Canadá y Escandinavia; las

canoas de bejucos del Titicaca boliviano cruzaban iguales de la costa seri a la Isla Tiburón, en el Golfo de California; el desierto de Altar y el Sahara se confunden, mares de arena sin puntos de referencia; opulentos negros africanos, nuestra tercera raíz, nos enriquecen desde las costas de Veracruz, Guerrero y Oaxaca, y otros en el norte de Coahuila, que advinieron por inusuales caminos; bosques de niebla de Indonesia y Madagascar en el veracruzano Huatusco; etnias peruanas presentes en los indios huaves del Istmo de Tehuantepec; paisajes alpinos en el Pico de Orizaba; franceses en Veracruz y en los Altos de Jalisco; italianos en Puebla y en Michoacán; chinos en Mexicali; árabes en Yucatán; alemanes en Tapachula; kikapúes en Coahuila; menonitas de origen holandés en Chihuahua, todos hoy profusión de la mexicanidad; géiseres de la Rotorúa neozelandesa en Los Azufres michoacanos; y en un largo etcétera de este *collage* cabrían toponimias reveladoras que van del triplemente mestizo San Bartolo Naucalpan de Juárez a Punta Allen, en Quintana Roo, o de Santa Ana Chiautempan a la presa Brockman, por El Oro, o de San Juan Teotihuacán a Wadley, en San Luis Potosí, o de Santiago Tianguistenco a Coromuel —al parecer de Cromwell, el pirata—, cerca de La Paz, pasando por Honey, en Hidalgo, o Creel, en Chihuahua.)

México es la principal nación del mundo en lo referente a la conjunción de la megadiversidad natural y la megadiversidad cultural; ocupa el cuarto lugar entre los más importantes países megadiversos del planeta por el número de especies vegetales y animales que alberga en su territorio (los primeros son Brasil, Colombia e Indonesia). Nuestro país está en primer lugar en cactus, agaves, pinos y tortugas marinas; en segundo lugar en reptiles; en cuarto lugar en anfibios; en quinto en mamíferos y en sexto en mariposas. Tiene más de 15 mil especies de abejas, alrededor de 2 mil 500 de peces y cerca de 25 mil de mariposas y polillas. Adicionalmente, nuestra nación también destaca de manera notable por su alto nivel de endemismo. (Las especies endémicas de una región son aquellas especies silvestres originarias de ese ecosistema específico y que sólo allí se desarrollan. México es rico en tales especies, entre las que destacan algunas cactáceas, agaves, orquídeas, helechos, anfibios, reptiles, mamíferos y mariposas).

De modo paralelo a su megadiversidad en flora y fauna, México es el segundo país del mundo por su diversidad cultural (después de la India). Este parámetro deriva del número de lenguas vivas que subsisten en el territorio, pues el indicador lingüístico suele aceptarse como representativo de la cultura en general: cuando un pueblo empieza a perder su perfil característico que lo diferencia de los demás, lo primero que desaparece es su idioma; y, *contrario sensu*, cuando un pueblo conserva su lengua, lo más probable es que mantenga la mayoría de las demás manifestaciones culturales que lo distinguen (tradiciones familiares y comunitarias, música, memoria histórica, expresiones artísticas populares, religión, gastronomía, etc.) La India tiene 65 lenguas vivas —idiomas tipificados como tales por los expertos, no dialectos, que son menos desarrollados—, nuestro país tiene 62 y sigue China con 54.

Se encuentra México, pues, en una situación de pluralidad física y cultural privilegiada. Cabría reflexionar cuánto condiciona o determina la primera a la segunda.

Con dichos parámetros étnicos tiene correspondencia, a su vez, la gama poblacional mayoritaria, mexicanos mestizos de la más variada índole, al provenir de la mezcla de aquellos pueblos indígenas con los españoles principalmente, y alguna dosis fructífera de sangre negra, asiática y otras.

Debe agregarse la importante diversidad cultural proveniente de inmigraciones originarias de diversos países que han venido a enriquecer el mosaico humano de la nación, cuando menos desde el siglo XIX (importante por su cantidad y por sus efectos positivos): vinieron franceses, italianos y estadounidenses en esa centuria, y de muchos otros lugares, en especial durante el porfiriato (sólo en el penúltimo año de Díaz hubo 68 mil inmigrantes extranjeros); durante la Guerra Civil de España tuvimos un valioso y grande flujo migratorio republicano que dio nuevos bríos a la cultura nacional, y en la segunda Guerra Mundial recibimos a numerosos europeos que aquí dejaron su simiente genética y cultural. Judíos de varias nacionalidades optaron por la nuestra. Los difíciles años del Cono Sur beneficiaron a nuestro país con chilenos, argentinos y uruguayos que nos han dado ya una nueva generación de mexicanos. Considerables son las colonias libanesa y alemana, entre otras más.

Nuestra riqueza es precisamente la diversidad humana. Tan injusta y detestable es la discriminación en contra de los indios, como improcedente y demagógico es un etnicismo a ultranza que desconozca la fertilidad cultural del mestizaje. Las raíces de la mexicanidad están vivas, no sólo una raíz; y el tronco que sostienen y nutren con su savia, la mexicanidad misma, ostenta un floreciente y fructífero follaje.

LA PALABRA “CULTURA”

Próximos ya a la materia del patrimonio cultural, conviene recordar, para precisiones semánticas, el abuso cometido contra la palabra *cultura*. En México se ha dado por hablar, de hace una década para acá, de una serie de mal llamadas “culturas”: la cultura de la verdad, la cultura de la limpieza, la cultura de la protección civil, la cultura de la denuncia, la cultura de la vialidad, la cultura del respeto a los niños, la cultura del derecho ambiental, y un sinnúmero de ejemplos donde esa palabra se está usando en realidad como sinónimo de hábito o costumbre. Nuestro grano de arena hemos puesto en ese desorden con un libro titulado *La cultura del antojito*.

Más allá de tales usos y abusos del lenguaje, la palabra cultura tiene una acepción prístina en castellano que la refiere a la sabiduría o ilustración adquirida por una persona. Esa acepción ha sido rebasada por un concepto antropológico, quizá desde hace ya medio siglo: cultura es la forma de ser de un pueblo (y que nos perdonen los antropólogos por semejante simplificación).

Dentro de ese significado de cultura más amplio y actual (que es el manejado por promotores, creadores y otros trabajadores de la misma), el concepto de patrimonio cultural es prioritario.

PATRIMONIO CULTURAL INTANGIBLE

En un principio, hacia los años setenta del siglo XX, el concepto de patrimonio cultural se aplicaba sobre todo al patrimonio cultural tangible. De alguna manera, la parte intangible del patrimonio cultural apenas empezaba a delinearse como otra categoría esencial. Ese patrimonio oral e inmaterial tenía algo de relegado o discriminado, pero más bien era ignorado.

El patrimonio cultural intangible se ha identificado en diversos ámbitos con lo que en México denominamos “culturas populares” y en otros países “*folklore*”, identificación conceptual que exhibe una falla, por restrictiva, en ambos casos: las culturas populares tienen aspectos tangibles, como las artesanías, y las culturas no populares (para seguir con esta terminología acartonada) tienen a su vez aspectos intangibles.

Las culturas populares no siempre son reconocidas o consideradas al nivel que se merecen y tienen. Este concepto padece otras variantes idiomáticas. La expresión “arte culto” implica que el arte popular es inculto o de segunda o algo parecido. Y no es más afortunado el término de “bellas artes” (o “artes finas”, en otras lenguas), pues conlleva el de artes no bellas o no finas; les llaman “artes aplicadas”, para suavizar el menosprecio. Cuando se habla de “alta cultura” se infiere que hay cultura baja o, si bien nos va, mediana. Esta dicotomía se arrastra como atavismo desde el siglo XIX, con las designaciones de “artes mayores” y, por supuesto, “artes menores”; el positivismo francés llegado a México durante el porfiriato no mejoró el entendimiento de las expresiones culturales populares. De hecho, todavía subsiste un elitismo con cierto desdén, si acaso condescendiente, hacia las culturas populares.

El reconocimiento del patrimonio cultural intangible al mismo nivel del tangible, depende del gran esfuerzo de reflexión que actualmente se lleva a cabo en la mayoría de los foros, sobre todo de países con tradiciones ancestrales que están emergiendo al plano mundial, destacadamente latinoamericanos, africanos y asiáticos. Aunque los organismos internacionales de cultura nacieron con criterios más bien europeizantes, se está logrando una nueva visión: valga recordar que la UNESCO ya declaró como patrimonio oral e inmaterial de la humanidad a las tradiciones indígenas del Día de Muertos en México.

ARTE POPULAR

A manera de ejemplo, veamos el caso del arte popular (y las artesanías, si se quieren asentar niveles estéticos diferenciados). Evidentemente, considerado en una primera instancia, el arte popular pertenece al ámbito de lo tangible,

lo podemos tocar. No obstante, una revisión más profunda remite a elementos no tangibles que subyacen bajo el arte popular, más aún, que lo hacen característico.

Con frecuencia se afirma con cierta demagogia que es incorrecta la separación conceptual de arte popular y de arte en general; se dice que no hay diferencia entre ellos y que una posición contraria sólo pretende relegar al arte popular, dejarlo en un segundo nivel frente al “arte culto”.

Con objetividad, lo cierto es que sí hay diferencias que distinguen al arte popular y no lo remiten en verdad a un segundo plano. Las principales características del arte popular que lo hacen distinto del arte en general, son las siguientes:

1. El arte popular es tradicional: se transmite de generación en generación, de padres a hijos, de abuelos a nietos.
2. El arte popular suele ser comunitario o colectivo: pueblos enteros se dedican a la misma rama artesanal.
3. El arte popular es por lo general anónimo y en consecuencia pocas veces hay piezas firmadas; algunos artistas populares consagrados o de fama sí llegan a firmar sus obras.
4. El arte popular comúnmente es utilitario o cotidiano; son objetos con un fin práctico y dentro de ellos incluso se puede considerar a algunas piezas religiosas, pues las creencias del pueblo tienen expresiones día con día.
5. El arte popular está determinado por el medio ambiente, pues se realiza con materiales naturales del entorno propio de cada población o región.

Por otra parte, el arte popular es una fuente donde abrevan los artistas plásticos; el arte popular nutre y frecuentemente da sentido al arte en general. Baste ver las obras de José Guadalupe Posada (grabador ubicado en la frontera misma de ambas artes), la mayoría de los muralistas mexicanos, las pinturas de Diego Rivera y muchas de Frida Kahlo, casi todas las de María Izquierdo y Chucho Reyes. Cabría preguntar si los intensos colores en las casas diseñadas por Luís Barragán no fueron inspirados por el arte popular mexicano.

Una importante corriente considera que la modernidad está en contra de la tradición y que cualquier evolución exógena del arte popular es indebida; otros piensan que las influencias pueden enriquecer. De alguna manera hay dos posiciones antagónicas: “al arte popular no hay que tocarlo ni con el pétalo de una rosa” y la contraria, “renovarse o morir”. Lo cierto es que toda tradición se inicia en algún momento y va cobrando forma y fuerza al paso del tiempo.

LA COCINA MEXICANA, PATRIMONIO CULTURAL

Un ejemplo destacado de la incompreensión (cuando menos) que existe en muchas personas acerca de las culturas populares como parte de la cultura en general es el caso de la alimentación. La cocina de un pueblo, como el arte popular (de hecho también lo es) es tangible de manera obvia, y sin embargo esconde trascendentes aspectos intangibles, tradicionales e incluso rituales.

Mucho más allá de la mera subsistencia material, la cocina mexicana es una matriz cultural que constituye un poderoso factor de identidad nacional, tanto hacia el interior de nuestras fronteras como entre los mexicanos que viven en otros países.

El sustento cotidiano trasciende la gastronomía y sus recetarios para integrar un sistema cultural que abarca religiosidad y rituales (tanto de filiación indígena como cristiana), secular manejo armónico del medio ambiente, hábitos de ajeo arraigo y vínculo social, equilibrio nutricional tradicional y, por supuesto, prácticas e ingredientes culinarios característicos que han rebasado los linderos de la nación.

El alimento del mexicano conforma un todo como eje cultural que gira de lo simbólico a lo pragmático, de la cohesión social y familiar a la economía doméstica, de la natura a la cultura y a la agricultura, desde el surco hasta la mesa.

Original y auténtica, ariete proverbial de usos y costumbres, promotora de trabajos comunitarios, causa y efecto de manifestaciones culturales intangibles, la cocina mexicana es un tronco cultural vivo, vigente, con unicidad e integralidad.

En este marco excepcional de megadiversidad natural y cultural que aportó numerosos alimentos fundamentales al mundo, hay un protago-

nista histórico integrado en ambas vertientes: el maíz, una gramínea nacida silvestre en medio de ese edificante entorno biodiverso y convertida, gracias a la creatividad humana, en el principal elemento de supervivencia y desarrollo.

Este cereal ha sido fuente de vida espiritual y material. En pleno siglo XXI, el maíz en México es dogma y es liturgia, es historia y es leyenda, es tradición y está vivo. Es vida cotidiana, es moneda, es ornato y es alimento, es sustento del alma y del cuerpo. El maíz es elemento esencial del patrimonio natural y del patrimonio cultural de este país.

La milpa, cuna y morada del maíz que también cobija a otros comestibles tradicionales, es mucho más que un ecosistema: es en realidad un sistema de vida con una continuidad histórica que alcanza milenios. El futuro de muchos millones de mexicanos seguirá vinculado con ese sistema de vida, de manera simultánea con las implicaciones “culturales” de la globalización.

Culinaria aparte, atinado sería denominar a este fenómeno social como “cultura de la milpa” (aquí sí usada con tino esta palabra), habida cuenta de que se trata de un entramado filosófico y antropológico con cimientos en cosmogonías aún vigentes en muchos pueblos de México y no sólo indígenas, pues la mexicanidad se asocia con el hilo conductor de la milpa por encima de un enfoque étnico.

En realidad el sustento histórico del pueblo mexicano es una trilogía formada por el maíz, el frijol y el chile, hijos todos de la milpa. Este último fruto no es un simple condimento, sino que tiene un importante papel cultural como emblema de lo mexicano, y también cubre una trascendente responsabilidad nutricional, al potenciar la digestibilidad de las proteínas que contienen el maíz y el frijol. Ese complejo alimenticio dio lugar a culturas tan desarrolladas como las mesoamericanas, ejemplos de evolución científica y artística en la historia universal.

El frío desarrollo económico, cual meta ajena a los valores culturales de la nación, ha propiciado desde hace ya tres lustros políticas públicas desalentadoras del cultivo del maíz. Crece la dependencia alimentaria y con ella un empobrecimiento nutricional y cultural.

El gran reto es conservar la megadiversidad física y cultural por sí mismas, y como marco de la civilización y cultivo de la milpa. Un desarrollo sustentable enlazado con la tradición, con la historia y con el futuro: la sustentabilidad como desafío ambiental y económico, pero también como desafío cultural. Ese reto tiene que ver con la fragilidad de semejantes riquezas: la biodiversidad asediada por la depredación inconsciente o corrupta; la diversidad cultural confrontada con la globalización, que la agrede aunque en algún sentido a veces la nutre.

Estas reflexiones pretenden rebasar lo meramente cultural: los hábitos alimenticios mexicanos, el patrimonio cultural intangible, impactan el desarrollo del país. Las asechanzas económicas y culturales que concurren contra la cocina mexicana como sistema vital no han triunfado. Recuérdese que pueblos fieles a sus costumbres alimenticias tienen la mayor afluencia turística del mundo (Italia, Francia, España y adviene China). El turismo es uno de los pilares de esas tres economías.

La cultura y dentro de ella sobre todo el patrimonio cultural, está imbricada, debe estar imbricada, con el desarrollo. La frialdad del cubículo, el éxtasis del esteta, la inspiración poética y musical, cuando se humanizan pueden alcanzar la cúspide.

LA GESTIÓN CULTURAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE PODER. EL MUNDO EN GESTIÓN

CONFERENCIA MAGISTRAL

HÉCTOR ARIEL OLMOS / RICARDO SANTILLÁN GÜEMES



Héctor Ariel Olmos es catedrático, entre otras, de la Universidad del Mar de la Plata; Ricardo Santillán Güemes es antropólogo.

1. CULTURAR / GESTIONAR

Es carnaval. Las caras entalcadas, en algunas hay pintura, por lo común roja. Avanza el pie izquierdo balanceando el cuerpo, el pie derecho se le junta justo detrás. Como en un saltito. Ahora otro paso del derecho, se le une el izquierdo, retrocede el derecho y el izquierdo se le arrima en la punta. Vuelve el juego de avanzar dos y retroceder uno mientras el cuerpo realiza una contorsión. Los brazos siguen el compás de la marcha que comienza en el río y va dando vueltas al pueblo, “la vuelta al mundo”, tal como le dicen a esta acción que realizan los comparsas en Tilcara, cada uno con su propio “carnavalito”.¹

En esta escena están latentes, plegados, gran parte de los conceptos y estrategias que oportunamente iremos compartiendo. En principio la idea de mundo o, mejor, de mundos que se imbrican en un espacio que más de una vez hemos caracterizado como heterogéneo, complejo y cambiante.

En este caso dar la vuelta al mundo es dar vuelta al propio pueblo. Habitarlo así en la fiesta como en el trabajo cotidiano.

Enrique Dussel nos recuerda que:

cultura viene del verbo latino *colo* que, entre otros significados, connota *habitar* (habitar dentro del ámbito labrado o trabajado por el hombre; para los antiguos era el ámbito sacralizado o cosmicado, es decir, arrebatado al caos o lo demoníaco). Cultura es el mero medio físico o animal transformado (cambiado de forma o sentido) por el hombre en un mundo donde habita. Ese mundo, esa cultura, es el *pago*... El pago es justamente el *mundo doméstico*, el más próximo, el que nos constituye más radical y cercanamente.

¹ Danza tradicional del Noroeste argentino.

Dussel hace hincapié en la identificación mundo y cultura. También en la idea del hombre como ser mundano: “Mundo” es el ámbito “que el hombre abre y al cual se abre; es el horizonte de comprensión dentro del cual todo cobra sentido”; es, ante todo, “el mundo de la vida cotidiana en cuanto que es el suelo o fundamento del existir humano”.

Por lo tanto, al mundo se le gesta, se le da origen. Y nos gesta: nos confiere sentido. A partir de ahí es necesario gestionar (lo) para vivir, en comunidad, con un sentido.

En los últimos tiempos ha tomado relevancia la idea y la práctica de la gestión cultural. Así lo atestiguan infinidad de propuestas formativas ya sea a nivel oficial, privado o comunitario. Es más: podría decirse que la gestión cultural se ha puesto de moda, una moda saludable siempre y cuando apunte a mejorar la calidad de vida en un marco de justicia y libertad, pero nefasta si sólo desemboca en una profesionalización vacua y presa del mercado.

Pero, ¿qué es la gestión cultural? ¿Hay una o hay muchas? ¿Cómo es ese “mundo”? ¿Cuáles son sus campos de acción y, además, sus fronteras? ¿Quién es un gestor cultural?

Empecemos entonces por el significado: “gestar” es dar origen, generar, producir hechos. Su raíz latina, *gerere*, significa conducir, llevar a cabo (gestiones), mostrar (actitudes).²

De esta forma la gestión podría verse como el proceso por el cual se da origen a algo, lo que de por sí implica movimiento, crecimiento, transformación creadora, relaciones de todo tipo.

Corominas homologa “gestionar” con “gerenciar” (acepción que, con el tiempo, ancló casi con exclusividad en su referencia económica). Entonces la gestión será la puesta en acto o el gerenciamiento de un proyecto. O, dicho de otra manera, la ejecución de un proyecto, un programa, un plan, una política (por ejemplo: “La gestión del presidente X”). Y, conviene subrayar, siempre está ligada a acción.

Del mismo origen latino derivan gesta, la historia de lo realizado por alguien, un héroe, un pueblo y también gesto como actitud o movimiento expresivo del cuerpo.

² Joan Corominas, *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, Gredos, Madrid, 2000, p. 297.

La gestión, entonces, podría considerarse como ese conjunto de gestos a través de los cuales llegamos a dar sentido histórico a una forma de *estar siendo* en el mundo.

En un trabajo inédito Fernando de Sá Souza³ afirma que el “gestor cultural es quien reinstala la totalidad en el gesto. La totalidad de su cultura, la integralidad de su propia condición humana.” La figura en la que se basa es la del *nguenpin*, que en la organización social mapuche es “el amo de la palabra”.

Es quien conserva la memoria del grupo y, eventualmente, quien representa a la comunidad en los parlamentos... Cuenta la historia conveniente en el momento que lo juzga necesario: cuando su comunidad se enfrenta con alguna dificultad o situación nueva[...] Es también quien proporciona los datos para que las tejedoras cuenten la historia de los linajes en sus tejidos[...] El *nguenpin* informa la decisión cultural que toma la comunidad. *No reemplaza a la comunidad en su decisión, simplemente la sirve desde su saber.*

De alguna manera opera para que, entre otras cosas y como dice un poema azteca, la memoria no se torne “una red de agujeros”. También convoca a la comunidad para el *nguillatún*, la máxima ceremonia religiosa.⁴

En otra parte⁵ decíamos que es imposible “no cultural” dado que todo lo que el ser humano hace está preñado de la cultura en que vive. Desde el gesto más pequeño hasta el objeto más simple están culturalmente “entram(p)ados”, al igual que las más diversas formas de nacer, estar siendo en el mundo y morir. En el mismo sentido podemos decir que, en un punto, cultural y gestionar se asimilan: el ser humano gestiona el alimento, la vivienda, la fiesta, el juego, las ceremonias, todo el aprendizaje... es decir: se siguen ciertos pasos en principio ordenados por la memoria colectiva aunque luego se los transgreda para lograr la satisfacción de las necesidades vitales, materiales y espirituales (ético-simbólicas). Es en este sentido que afirmamos que es imposible no gestionar (se) (nos) por el simple hecho de que es, de por sí, inherente a la dinámica de toda cultura en tanto forma de vida.

Queda claro, entonces, que antes de que en Occidente se comenzara a hablar de gestión en distintos niveles (económico, empresarial, social, etc.)

³ Documento de trabajo, Cátedra Santillán Güemes.

⁴ *Nguen* significa ser, estar (aparece en *Nguenechen* que es el ser creador de todo) y *Pin*: palabra, voz.

⁵ Véase Héctor Ariel Olmos y Ricardo Santillán Güemes, *Educación en Cultura. Ensayos para una acción integrada*, CICCUS, Buenos Aires, 2003.

dicha acción, incluso vista desde el sentido que hoy se le otorga, estuvo y está presente en mayor o menor medida en todos los actos cotidianos y extracotidianos de la especie humana. La vistosa y rítmica “vuelta al mundo” de las comparsas de Tilcara no sólo da cuenta de una escenificación cultural de fuerte contenido simbólico, sino que es además la culminación de un complejo entramado sociocultural que incluye una serie de acciones entrelazadas que van desde la más simple adquisición o realización de determinados elementos materiales, el plasmar determinados dispositivos simbólicos (alguien construye el muñeco que representa al Diablo del Carnaval), hasta la organización social de cada comparsa con todo lo que esto implica en cuanto a convocatoria, planificación, liderazgos, intercambio de ideas, etc., cosa que no siempre visualiza quien está de paso.

Pero cabe aclarar que tanto en este caso como en infinidad de otros análogos relacionados, ya sea con lo festivo o con lo laboral el detonante y el sentido del proceso de gestión que se pone en marcha está en el sustrato simbólico del grupo en cuestión o de los grupos que interactúan en el seno de las sociedades complejas. Sin horizonte simbólico no hay gestión que valga sea cual fuere el carácter del horizonte en cuestión, el que a su vez siempre se expresará a través de determinadas políticas. Políticas que habrán de determinar el más específico mundo de la gestión cultural.

2. EL MUNDO DE LA GESTIÓN CULTURAL

Volvemos a la comparsa de Tilcara. Es la marcha. Hay que dar la vuelta.

El mundo de la gestión cultural es lo que en los últimos tiempos se ha denominado el sector cultura. Éste es un recorte del campo de la cultura como forma integral de vida; se circunscribe al conjunto de acciones, actividades, producción, creaciones, formación, instituciones de distinto tipo (oficiales, privadas, comunitarias, ONG's) cuya organización y despliegue específico está a cargo de distintos agentes. Por lo general, se promueven, entre otras, el siguiente tipo de actividades:

- *artísticas*, a través de la “producción” y/o “difusión” de espectáculos de distinto tipo (teatro, danza, música, recitales, eventos, festivales, etc.); la

“formación” (educación por y para el arte); el “fomento” (premios literarios, jornadas, congresos, etc.);

- *científicas* (no siempre);
- *museísticas y de conservación del patrimonio* (generalmente el tangible, monumentos, lugares históricos, etc.);
- *de promoción cultural* (también centradas, por lo general, sólo en actividades artísticas y / o artístico-pedagógicas);
- *de extensión y apoyo general* a través de determinados servicios y equipamientos (bibliotecas, filmotecas, videotecas, etc.);
- *de capacitación cultural*.

Se suele señalar como un hito en la evolución de este sector la creación del Ministerio de Asuntos Culturales, por el presidente Charles de Gaulle en 1959, con el célebre André Malraux al frente. Su misión: hacer accesible a la mayor cantidad de franceses las obras capitales de la humanidad y en especial las de Francia; asegurar la más vasta audiencia para su patrimonio cultural y favorecer la creación de obras de arte y del espíritu que lo enriquezcan.

Desde una concepción de cultura restringida y difusionista se articula una política que, en una primera instancia, recorta su campo en oposición a educación, en función de

- *distinguirla* del conocimiento y la pedagogía, en cuanto a lo conceptual;
- *separarla* de la educación popular y su representante, el alto comisariato de juventud y deporte y la vieja secretaría de Estado de bellas artes en la educación nacional, dentro de la dimensión administrativa.

Esta pugna de origen que se dio en Francia se ha repetido poco más o menos en casi todos los países de Iberoamérica. Y en muchos aún no se ha saldado.⁶

Este tipo de estructuras (obedientes al limitado concepto de cultura apuntado) lejos de articular al sector con la forma integral de vida de la comunidad, lo separa y lo convierte en coto de caza de ciertas élites. Una de las tareas en la gestión es, a nuestro entender, abrir el modelo y ampliar el espectro de actividades incluyendo, entre otras, las siguientes:

⁶ Se verifican avances y retrocesos: es notorio el caso de España, donde el Ministerio retrocede y se integra al de Educación de la mano del Partido Popular; en sentido inverso, en Chile la División de Cultura evoluciona a Consejo Nacional de Cultura por la eficacia de Claudio di Girólamo y su equipo, y en Colombia COLCULTURA crece hacia el Ministerio, conducido por Juan Luis Mejía. De todas maneras, cabe aclarar que, en el caso de la Argentina, antes de que se constituyera como tal el sector Cultura, existieron múltiples experiencias que, vistas desde una óptica actual, se pueden considerar de gestión cultural. Entre otros ejemplos debemos mencionar los llamados grupos propagandistas de distintos movimientos ideológicos como el anarquista o libertario, círculos sindicales, distintas iglesias y los centros de acción cultural creados por colectividades de inmigrantes y que se abocaron a lo musical, teatral, creación de bibliotecas y realización de cursos de “cultura general”, sociedades de fomento y de oficios varios, mutuales, ligas agrarias, cooperativas de consumo, etc. Al mismo tiempo, un trabajo análogo se fue desarrollando en universidades a lo largo del país dentro de lo que se llamó Extensión Universitaria. Véase, al respecto, Susana Velleggia e Iris Morera de Justo, “Documento base del Seminario Marco Teórico, Metodológico y Técnico de la Animación Socio-Cultural”, en *Documentos de Trabajo del PROFAC*, INAP, Buenos Aires, 1990.

- Investigación cultural;
- vida cotidiana y creatividad social;
- desarrollo humano y cultural;
- creación de espacios culturales múltiples (en distintas escalas territoriales, con ejes propuestos por los ciudadanos según sus necesidades y destinados al encuentro vivencial entre diversos sectores de la población);
- orientación en procesos de integración cultural;
- experimentación cultural;
- gestión integrada: educación y cultura;
- cultura joven;
- cultura ecológica;
- cultura y prevención;
- cultura y derechos humanos;
- comunicación cultural;
- planificación cultural del territorio y del espacio social;
- coordinación general de políticas (especialmente política cultural, educacional, científico-técnica, ambiental y comunicacional);
- culturas regionales;
- culturas populares;
- formación de mediadores culturales;
- promoción sociocultural (encarada seriamente y en profundidad);
- turismo cultural.

Este es el suelo en el cual la gestión cultural actúa y desde el cual el gestor se abre al mundo; donde ha de llevar a cabo sus movimientos y transformaciones. El mundo al cual habrá de dar la vuelta.

3. LOS ACTORES

Siguen los bailarines, los protagonistas de la marcha. Forman parte de la comunidad y la comunidad los espera. ¿Quiénes son? ¿Cómo se llaman?

Desde hace varias décadas coexisten y a veces se confrontan distintas nominaciones para designar a quienes operan en el campo de la cultura. Las

mismas obedecen a diferentes modelos de análisis y, por lo tanto, a distintas concepciones político-culturales. Las nociones más generales y comunes son las siguientes:

- *Agente*: del latín *ago*. El que hace. Se aplica no sólo a los individuos sino también a instituciones (Martinell).
- *Gestor*: el que genera, el que gerencia. Fuera del ámbito de la cultura, el término en la Argentina se aplicó a un especialista en trámites, alguien que se mueve bien entre los meandros de la burocracia. La especificidad cultural paradójicamente abrió y extendió su sentido. No sólo requiere habilidades administrativas y políticas sino también una compleja suma de capacidades.
- *Animador*: del latín *anima*. El que alienta, opera sobre el alma. Quizás sea más apropiado a la cultura, donde nos movemos con valores, con intangibles. De todos modos se aplica más a lo “sociocultural”, tal como sucede en Francia y España. En la Argentina esta denominación no ha tenido demasiado éxito. La animación cultural nace en Francia y Bélgica pensada como una política oficial. La animación, para Ander Egg, carece de una teoría y es sólo una tecnología social.
- *Promotor*: para Adolfo Colombres⁷ el promotor cultural está siempre inscrito en el marco de la cultura popular (la animación, para él, es más burocrática y ligada a los países centrales). Sería un agente interno de la comunidad o de una cultura local. Moviliza y promueve movimientos culturales y la autogestión. No tiene por qué ser un “especialista” formado, puede ser voluntario y hacer su actividad en horas no laborables. También los hay semiprofesionales. Es un concepto que nace en México, está vinculado a la cultura popular, indígena y afro. El trasfondo de la promoción es político. Colombres dice que la promoción se apoya en una teoría de la cultura y busca construir la democracia cultural.
- *Manager*: este término, utilizado preferentemente en los países anglosajones, responde a etimologías similares: *man-ag-er*. El hombre (*man*) que hace, raíz latina *ag* más el sufijo *er*.

⁷ Véase Adolfo Colombres, *Manual del promotor cultural*, Humanitas, Buenos Aires, Tomo 2.

• *Administradores culturales*: tienen otro nivel de formación (universitario) y deberían ser, aunque no siempre lo son, “los diseñadores y ejecutores de las políticas culturales a nivel nacional, regional y urbano, tanto en la función pública como en la actividad privada; deberían administrar equitativamente los recursos en función de construir la democracia cultural. Para Adolfo Colombres, “las tres lacras de la administración cultural son academicismo, burocratismo y eclecticismo”.

Para nosotros el gestor cultural reúne rasgos de todas estas posturas, que variarán y se pondrán en foco según sea el área del sector cultura y el contexto en que se muevan.

4. GESTOR Y VOLUNTAD CULTURAL

A nuestro entender son fundamentales los aportes que realiza el filósofo y antropólogo argentino Rodolfo Kusch, quien al reflexionar sobre el papel del gestor cultural incluye la idea de creación, extendiendo aún más el sentido del concepto:

Entonces no son los autores, ni los escritores, ni los artistas, los que crean las cosas llamadas obras como individuos, sino que las crean en tanto pierden su individualidad biográfica, y asumen el papel de una simple gestación cultural. Se es escritor o artista sólo porque primordialmente se es un gestor cultural, sin biografía, como simple elemento catalizador de lo que los contempladores quieren. En tanto se es catalizador, se es en el sentido que todos requieren, o sea que como gestor cultural se es siempre popular, pero este término tomado en su acepción latina, como dice el diccionario, *populus*, todos los habitantes del estado o de la ciudad.

El gestor cultural no es totalmente un personaje, sino más bien la fórmula en la cual se encuadra el auténtico creador, y que por eso da el sentido exacto de lo que pasa en general con la creación. Un creador no es más que un gestor del sentido dentro de un horizonte simbólico local, en una dimensión que afecta a todos, o sea que es popular.⁸

Lo que el gestor cultural recoge es la voluntad cultural. Ésta, por su parte, puede cristalizarse de muchas maneras, ya sea en política, en costumbre o en expresión artística.

⁸ Rodolfo Kusch, *Geocultura del hombre americano*, Fernando García Cambeiro, Buenos Aires, 1976, p. 120.

En este sentido cita como ejemplos, entre otros, al payador, al creador de una épica pero también al escritor culto como José Hernández. Y esa voluntad cultural genera fenómenos como lo gauchesco, el radicalismo, el peronismo. “Una voluntad cultural —dice Kusch— no es una cultura porque no tiene explicitadas sus formas sino que las presiente.”⁹

Es interesante también la idea que tiene Rodolfo Kusch acerca de la movilización cultural, a la que considera como posibilidad de ser: “se trata de alentar esa posibilidad [...que] apunta al cumplimiento de una totalidad dentro del universo simbólico que plantea el grupo social”. A eso deberá tender una política cultural.

La vinculación que hace Kusch entre “gestión” y “gestación” nos remite a las etimologías del principio y nos abre a la asociación entre el *ger* de *gerere* y el de “germen”. El gestor es también el germinador. Y esto vale tanto para el campo de la cultura como forma integral de vida como para el uso restringido más propio del sector cultura: el gestor requiere una creatividad análoga a la del artista. Un gestor cultural sin creatividad es menos que un burócrata porque “la poesía está llena de mundo”¹⁰ pero la gestión cultural también.

Tomando como referencia, por última vez, la imagen del Carnaval en Tilcara concluimos diciendo que, para nosotros, gestionar implica, entre otras cosas:

- poner el cuerpo
- fundar y desplegar —rítmicamente y con todos— un espacio antropológico, un mundo cargado de sentido para vivir con dignidad,
- y darle vuelta;
- avanzando y retrocediendo, subiendo y bajando “asigún los tiempos manden”,
- buscando el equilibrio en la resolución de conflictos,
- creando siempre.

Y, retomando el modelo del *nguenpin*, para nosotros el gestor cultural es, fundamentalmente, un operador del sentido y, en consecuencia, un factor clave a la hora de la decisión cultural, a la hora de optar entre la humanidad y “lo ajeno”.¹¹

⁹ Rodolfo Kusch, *Obras completas*, Tomo IV, Ediciones Fundación Ross, Rosario, 2003.

¹⁰ Juan Gelman, en *Revista N* (#5), Buenos Aires, 2004.

¹¹ Véase Guillermo Bonfil Batalla, “Lo propio y lo ajeno. Una aproximación al problema del control cultural”, en Adolfo Colombres (Comp.), *La Cultura Popular*, Premiá Editora, México, 1982.

LA CONSTRUCCIÓN DE PODER

Para gestionar, además de las capacidades técnicas, necesitamos poder.

¿Qué entendemos por poder en política cultural? El fortalecimiento de la capacidad de decisión cultural en el juego cotidiano de la política en que cada sector busca aumentar su espacio de influencia. La capacidad de hacer *lobby*, algo que no debe asustarnos: presionar para lograr nuestras metas no es un mecanismo corrupto, aunque muchos presionen con fines *non sanctos*.
¿Cómo construir poder?

- *Informándose e informando*: recabar la mayor cantidad de datos sobre las actividades culturales y sus posibilidades. En una sociedad insertada claramente en el sistema capitalista, el movimiento de fondos que produce la cultura, la cantidad de gente que ocupa, pueden hablar con bastante elocuencia de la importancia del sector.
- Formando
 - *agentes*, para lograr gestiones más eficaces y eficientes;
 - *públicos*, para favorecer el tránsito intergeneracional de los valores y aumentar las referencias identitarias;
 - *artistas*, para apuntalar el surgimiento y crecimiento de los creadores.
- *Fortaleciendo y valorizando* las expresiones populares a través de las cuales una comunidad afianza y manifiesta su identidad
- *Integrando* jurisdicciones y atemperando egos: en los territorios muchas veces existen jurisdicciones cruzadas que, en lugar de complementarse, compiten entre sí. Con las necesidades presupuestarias y la dimensión de las acciones que debemos encarar no hay lugar para la importancia personal ni para las rivalidades. La cultura es más importante que las jurisdicciones y los egos.
- *Exigiendo* con la prepotencia del trabajo y no con la queja reiterada y aburrida que, a menudo, parece la única manifestación de “la gente de la cultura”. Generar hechos es una manera de exigir.
- *Tejiendo* con otras áreas: no se puede concebir al sector cultura como un mundo cerrado sobre sí mismo. Es preciso establecer acuerdos con otras áreas buscando los puntos de contacto, que habrán de convertirse

en nodos de poder. Las universidades, las escuelas, la formación docente, constituyen a simple vista un sector afín, pero existen nichos para la acción en obras públicas, salud, economía, seguridad, defensa...

- *Movilizando* a toda la comunidad: la cultura es demasiado importante en una comunidad para dejarla en manos de una élite y/o una administración. Hablamos de movilización en el sentido que apuntaba antes Rodolfo Kusch, no en juntar gentes para recitales masivos, sino involucrarla en aras de un proyecto común y propio del que sea verdaderamente protagonista, y para esto es necesario establecer alianzas estratégicas con otros sectores de la comunidad.

Sobre todo, el poder se construye a partir de una ética que exige cumplir con lo que se dice, lo cual implica el respeto por el otro —legítimo otro en la convivencia, Maturana *dixit*— a quien se ha prometido y a aquellos con quienes se trabaja cotidianamente.

HACIA UN MODELO DEMOCRÁTICO DE POLÍTICA CULTURAL

EUDORO FONSECA



Eudoro Fonseca es director general de Vinculación Cultural del Conaculta. El presente texto corresponde a una conferencia impartida durante el Primer Encuentro Nacional de Coordinadores de Capacitación Cultural, organizado por la Dirección de Capacitación Cultural de la Dirección General de Vinculación Cultural del Conaculta y la Secretaría de Cultura de Jalisco en Guadalajara, en julio de 2001. El texto se incluye en este *Cuaderno* por el interés que despertó en la comunidad de promotores y gestores culturales de Conaculta.

La naturaleza del régimen político y de convivencia de una sociedad determina el tipo y la naturaleza de la política cultural posible. Es decir: no se puede intentar cualquier tipo de política cultural en cualquier tipo de régimen político.

Podemos identificar un régimen de la Revolución Mexicana, intentar caracterizarlo e identificar también el proyecto de política cultural que le correspondió. Ahora: dicho régimen se agotó. No voy a decir fetichista y ritualmente que el régimen de la Revolución Mexicana se canceló el 2 de julio de 2000 aunque esta fecha tenga una fuerza simbólica. Si bien podemos decir que este régimen se agotó, es también cierto que, como una consecuencia lógica, estamos ante la posibilidad de construir un modelo de política cultural alternativo.

A fuerza de ser sinceros, hay que decir que nos encontramos en ese momento de confusión, propio de cualquier transición, en el que no se han establecido de una manera absolutamente nítida las características del nuevo régimen político. Cuando digo régimen, no estoy diciendo gobierno ni administración, porque referirse a un gobierno o a una administración es, desde luego, mucho más limitado que hablar de la institucionalización de normas y usos que estructuran el juego del poder en un paradigma que trasciende a los gobiernos. En el mismo sentido, cuando hablo del régimen de la Revolución Mexicana, no me refiero a sexenios ni a ejercicios concretos de administración, sino a un entramado de normas y prácticas, implícitas y explícitas, que ordenan el acceso al poder, el ejercicio del mismo y el establecimiento del vínculo entre gobernantes y gobernados. Todas las líneas que organizan al régimen están en plena descomposición y recomposición. Si esto es así, tampoco

está definido y claro el modelo de política cultural, pero tanto en lo relativo al régimen político como al modelo de política cultural, estamos emplazados a resolver la transición.

En abstracto sabemos que hay una voluntad nacional de construir un régimen político de convivencia nacional y una política cultural de carácter democrático, es decir, una voluntad de construir un régimen político de convivencia democrática, nos referimos a construir una sociedad a partir de los cimientos de los principios liberales. Liberales en su mejor sentido, es decir, de respeto a los derechos fundamentales de los seres humanos: políticos, civiles, ciudadanos. Nos referimos también a una sociedad tolerante, a una sociedad que da cabida a la diversidad, que permite la expresión de mayorías y minorías, y que no sostiene una ortodoxia por la vía de la ideologización de la sociedad y menos por la vía de la represión. Establecer un modelo de convivencia que dé cabida a los valores del liberalismo y la tolerancia constituye hoy una aspiración nacional.

Partamos de la naturaleza del régimen político como condicionante del tipo de política cultural. Una primera precisión: se habla a veces de una política cultural y, a veces, de políticas culturales, por lo que creo conveniente distinguirlas.

Cuando hablamos de política cultural nos referimos a un proyecto estatal, quizá a un proyecto público más que estatal o, en su sentido amplio, un programa unitario, nacional, de cultura; por eso hablamos en singular de la política cultural como el proyecto del Estado en materia de cultura. Cuando hablamos de políticas culturales nos referimos a programas diversos, a programas específicos, vinculados, desde luego, con el proyecto general de política cultural. Así, por ejemplo, la política que se tenga hacia el patrimonio es una de las políticas culturales; las estrategias o líneas de acción que se abordan para fomentar la lectura en el país es una de las políticas culturales; los programas, ideas y proyectos que se tienen para estimular la creación artística, también; pero la idea de conjunto, la propuesta, la visión que se tiene desde un gobierno o desde un estado, es algo que singulariza a la política cultural. Ésta sería la diferencia.

Recordarán que uno de los encuentros de la revista *Vuelta* que organizó Octavio Paz, se hizo muy célebre por la bomba que soltó Mario Vargas Llosa cuando dijo que “México era la dictadura perfecta”. Entonces se desató una discusión al nivel nacional, más allá del encuentro, acerca de si éramos o no la dictadura perfecta. Enrique Krauze formuló una argumentación para discrepar de Vargas Llosa y concluyó: “no somos una dictadura, sino en todo caso una dictablanda”.

De conformidad con la ciencia política el consenso más amplio que se alcanzó para caracterizar al régimen político mexicano fue el de un régimen autoritario. Los regímenes autoritarios pueden ser dictaduras, pero también pueden ser híbridos, democracias muy imperfectas con rasgos fuertemente limitantes del pluralismo o represivos.

Un régimen autoritario no es necesariamente sinónimo de dictadura. En este sentido, creo que la caracterización del país como dictadura era un tanto inexacta, pero ésa es otra discusión. Un teórico español, Juan Linz, y otro politólogo, Samuel Huntington, principales sistematizadores de lo que es un régimen autoritario, mencionaban como rasgo fundamental de éste el pluralismo limitado. Una democracia es un régimen pluralista y entre más libre sea el pluralismo, mayor es su carácter democrático, al punto que uno de los grandes teóricos de la democracia, Robert Dahl, se refiere a la democracia como poliarquía, o sea, como multiplicidad de poderes sociales constituidos y efectivos en una sociedad.

La prensa es un poder que, muchas veces, sirve como contrapeso a los excesos del poder público estatal, las ONG's, las organizaciones civiles, llegan a ser poderes constituidos con influencia y capacidad de decisión, que exigen frecuentemente rendición de cuentas y siguen el comportamiento de los gobernantes. En las democracias existen los poderes de las comunidades, de los gremios y los gobiernos locales; tiene vigencia la división de poderes, los partidos tienen poder, las Cámaras de representación popular tienen poder propio y cumplen con el requisito de frenar el poder con el poder mismo, como decía Montesquieu. Por lo tanto, en las sociedades pluralistas hay efectivamente pluralidad de poderes.

Los grandes teóricos del totalitarismo han coincidido en algunos rasgos propios de este régimen, el primero de los cuales es la gran presencia ideológica del Estado. En los estados totalitarios hay una verdad oficial, una ideología asumida como ideología del Estado, que ejerce un papel de dominación y fija la ortodoxia frente a cualquier desviación, que se considera por lo tanto punible, perseguible y herética.

El segundo rasgo es la existencia del unipartidismo, de un partido único centralista y centralizador que, si bien no es un elemento inexcusable, sí es recurrente en los ejemplos conocidos de totalitarismo. Existe también frecuentemente la figura de un liderazgo iluminado, único, fundamentalista o carismático.

Eso nos da, por contraste, rasgos de la sociedad democrática en la que el Estado no puede imponer condicionamientos ideológicos. Si no hay pluralidad ideológica de intereses expresados y legitimados dentro del marco del régimen político, no podría haber pluralismo. Si hubiera una ideología impuesta desde el Estado, no sería viable la sociedad abierta. Por lo tanto, en las democracias no puede haber ideología estatal, tiene que expresarse la pluralidad en las representaciones partidistas, en las bancadas y en el juego político dentro de los congresos, en la opinión pública, en la prensa y en la calle.

En los regímenes totalitarios se encapsula la respiración natural de la sociedad y se pone a ésta un corsé: la superioridad racial del pueblo ario, o la voluntad nacional de construir el socialismo. Como contraparte se definen desde el Estado a los enemigos del pueblo.

Diríamos, tratando ya de caracterizar al régimen de la Revolución Mexicana y a su modelo de política cultural, que el Estado mexicano sí tenía una ideología de Estado reconocible, aunque pragmática y por lo mismo un tanto diluida, un tanto deslavada. Sin embargo, creo que podríamos reconocer al nacionalismo y al nacionalismo revolucionario como la ideología que permea las instituciones públicas y que, a través de la voluntad política del régimen, se impuso durante mucho tiempo a la sociedad. Sí tuvimos una ideología estatal: el nacionalismo. Un nacionalismo que apelaba a una legitimidad no democrática, o sea no derivada de las urnas, sino derivada de la revolución.

¿En qué fundamentaba la clase gobernante su derecho a gobernar? En el hecho de representar al pueblo en armas, de ser los voceros del pueblo, y de haber hecho una revolución. Su legitimidad era un proyecto de futuro, el proyecto de la Revolución Mexicana, era un proyecto que, en sus líneas económicas, apelaba a la autosuficiencia tecnológica, a la sustitución de las importaciones, a crear estímulos para que se desarrollara el empresariado local, a gravar la importación con aranceles e impuestos para que pudiera —como en un invernadero— desarrollarse la industria propia. En lo político se sostenían como principios sagrados la soberanía nacional (gran fetiche de culto) y la no intervención. Los dos se refieren a un modelo vuelto hacia dentro, un modelo de carácter nacionalista.

Por otro lado, ¿cuáles eran las piezas maestras de este régimen político de la Revolución Mexicana? En primer lugar: la institución presidencial. No el presidente, sino el presidencialismo, un presidencialismo que no tenía los acotamientos propios de los regímenes democráticos; el más evidente de ellos, el contrapeso por parte de los otros poderes. El control que pueden ejercer el Poder Judicial y el Poder Legislativo sobre el Poder Ejecutivo siempre estuvo ausente, porque el Congreso y el Poder Judicial eran apéndices obedientes del vértice de la pirámide política.

El segundo elemento era el partido; un partido hegemónico, no sólo dominante, que tenía, en buena medida, los rasgos de un partido de Estado con una estructura corporativa que se extendía a toda la sociedad.

¿Qué es esto de estructura corporativa? La creación de segmentos sociales, la agrupación de estos segmentos sociales y su utilización como interlocutores de la fuente surtidora de todo poder político que era la institución presidencial. De este modo, ustedes saben que el Partido Revolucionario Institucional tenía, y tiene todavía (aunque hoy es otra cosa), su sector campesino para agrupar a los trabajadores del campo y a los empresarios agrícolas; su sector obrero, a través de la CTM, que agrupaba a las principales agrupaciones sindicales del país, y la CNOP, el cajón de sastre donde entraba todo lo demás. Lo interesante es que todos estos organismos tenían dirigencias afiliadas al partido cuyo jefe último era el presidente. De este modo se establecía una

correa de transmisión, centralista y centralizadora, de la voluntad presidencial hacia prácticamente todo el cuerpo social.

Aquí llego a un punto interesante. El régimen de la Revolución Mexicana fue un régimen presidencialista que ejerció el poder de manera clientelar, vertical y descendente. Detengámonos un poco en esto. Queremos decir que el vínculo político estaba dado a partir de las expectativas que se generaban del Presidente de la República hacia la base de la pirámide. La construcción del poder no fluía, digamos, de las organizaciones sociales hacia el primer mandatario del país, sino que procedía de éste al partido y del partido a las organizaciones sociales. En este sentido, la vigencia real de nuestra pluralidad era efectivamente limitada, la participación social estaba subrogada en buena medida a las decisiones del poder público, y había una disciplina que hacía posible un funcionamiento bastante homogéneo del sistema y bastante operativo en términos de estabilidad.

En cuanto a lo que nos concierne, este régimen autoritario condicionó fatalmente al modelo de política cultural. El paradigma de la política cultural del Estado mexicano tuvo como primer rasgo el ser homogeneizador. ¿Qué quiere decir esto? Que su tendencia fue diluir las diferencias culturales y construir un modelo único, prototípico, de cultura nacional. Dentro de este paradigma no se hablaba de las culturas de México, sino de la cultura mexicana, de la cultura nacional, y prácticamente no existía la noción de multiculturalismo, ni de pluriculturalismo. Existía la noción de pueblo, pero la idea multicultural es más bien reciente, comienza a aparecer con el proceso de democratización en el país; pero en el momento clásico del régimen de la Revolución Mexicana lo que había era un proyecto homogeneizador, construido alrededor de la noción del pueblo mexicano.

El giro semántico y lingüístico no puede ser más ilustrativo; el pueblo sirvió para construir una visión monolítica propia de un sistema autoritario. Hoy decimos “la sociedad mexicana”, “la sociedad civil”, “los grupos sociales”, “las comunidades”, ya no hablamos de pueblo. Se intentó construir un modelo de Estado-nación que diluía la presencia de los grupos étnicos. Para decirlo con una frase de Luis Villoro: en sus grandes momentos el indigenismo

mexicano fue un indigenismo integrador. La idea era la redención del indio a partir de su asimilación a la sociedad mestiza, y al mismo tiempo se exaltaba la imagen del indio muerto, la gran tradición milenaria prehispánica orgullo del país.

Se pretendía redimir a los indios de su miseria, de su ignorancia, a partir de la renuncia a su propia condición cultural en aras de su integración a la sociedad mestiza o nacional. De lo que se trataba entonces era de que los pueblos indios se integraran al pueblo en general, o se fundieran en esa noción homogeneizante que era objeto de representaciones folclóricas.

En términos culturales, el nacionalismo produjo el gran movimiento muralista mexicano, la música de Silvestre Revueltas, Carlos Chávez y Blas Galindo, entre otros. También produjo figuras de la danza como Guillermina Bravo, quien desempeña una función importante dentro del Ballet Nacional de México, y grandes coreografías como la de *Zapata* de Guillermo Arriaga. Asimismo, produjo la novela de la Revolución Mexicana que recogía los tipos populares del movimiento épico. Como contrapartida, el grupo de los Contemporáneos se atrevió a reivindicar a la literatura francesa y las vanguardias en un momento en el que dominaba justamente el paradigma del nacionalismo. Esta excepción de los Contemporáneos, no invalida la caracterización, si no que la convalida.

El paradigma cultural homogeneizador fue un primer rasgo. El segundo rasgo es el centralismo. El desequilibrio entre la macrocefalia de la Ciudad de México y el desarrollo económico de las regiones del sur y sureste y del norte y occidente, también tenía que ver con una forma de ejercicio de poder que naturalmente permea las instituciones culturales.

Las primeras instituciones públicas de cultura son instituciones centrales, nacionales. En 1939, Lázaro Cárdenas creó el Instituto Nacional de Antropología e Historia. Haber creado una institución encaminada a preservar, investigar y difundir el patrimonio nacional es una de las grandes hazañas de la promoción cultural en México. El Instituto Nacional de Bellas Artes se forma durante el periodo presidencial de Miguel Alemán en 1946, y con López Mateos la Comisión Nacional de los Libros de Texto Gratuito.

La política cultural debe estar centrada en los intereses de la sociedad, en los intereses de los ciudadanos. El antiguo paradigma tuvo una ideología de Estado, una ideología oficial; el nuevo paradigma cultural debe ser la expresión de la pluralidad y la diversidad social y, lo más difícil, debe encontrar los mecanismos que garanticen la expresión de todos los intereses y su diálogo sin la supresión de ninguno de ellos. El modelo anterior fluyó por medio de instituciones centralizadas, el nuevo modelo tiene que dar cuerpo a una nueva articulación federal, es decir, debe seguir un modelo constitucional de estructuración política de carácter federal que ya existía desde 1824, pero que en la práctica nunca existió.

Lo que tuvimos fue un sistema muy centralizado con un ropaje de carácter federal. Hoy estamos emplazados a dar vigencia real al federalismo, tanto en el ámbito político como en el de la cultura. A un planteamiento monolítico debe seguirle ahora uno que reconozca la diversidad cultural. En general, estos son los principios básicos sobre los que debe edificarse un nuevo modelo de política cultural.

Las dificultades comienzan cuando se piensa cómo construir las condiciones de viabilidad para el nuevo modelo. Además, esto hay que hacerlo en condiciones muy difíciles. Todos reconocemos que queremos vivir en la democracia, pero estoy seguro que ninguno de ustedes podría meter las manos al fuego y decir que en todas las regiones, en todas las comunidades y en todos los pueblos, se dejó atrás la tradición caciquil, que no existen redes de relación política de carácter clientelar en el país. Hemos tenido formas arcaicas de hacer política. Si no fuera así, no tendríamos la violencia electoral que todavía emerge en muchos pueblos y comunidades.

¿Qué hacer en el ámbito cultural? Lo primero es crear un organismo nacional de cultura que tenga la capacidad de articular los esfuerzos del sector cultural, incluyendo en este sector a la sociedad civil, a los organismos culturales privados y a los organismos culturales públicos. Un organismo con capacidad de rectoría, que no sea sólo fáctico, sino que tenga una base legal. Entonces, la primera tarea de una nueva política cultural debe ser transformar el marco jurídico constitucional del organismo nacional de cultura.

Es tiempo de crear un órgano que tenga las facultades legales en el marco jurídico federal, que le permitan regular y coordinar a los organismos que le son subordinados en la práctica. Creo también que tendría que haber un ordenamiento interno del organismo nacional de cultura, una reestructuración administrativa para definir funciones y evitar duplicidades.

Hay una gran maraña de disposiciones legislativas en materia cultural, la gran mayoría obsoletas en sus sanciones y sus concepciones, que además no se encuentran sistematizadas. Orientarse en esa maraña de ordenamientos dispersos es prácticamente imposible; tiene que haber una labor legislativa de fondo que ordene los marcos jurídicos normativos e institucionales, no sólo del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) sino del país. Tendríamos que tener muy claro cuáles son las funciones de los institutos, consejos y secretarías de cultura en relación con las secretarías de Educación de los estados y las atribuciones que tienen éstas. Hay una labor de fondo que no es sólo del Conaculta, sino del sector cultural.

Debemos pasar de una política de gobierno a una política de Estado que nos obligue a ceñirnos a ciertos principios fundamentales establecidos institucionalmente; crear un modelo de relación entre el Estado y la sociedad que abra cauces a la participación ciudadana. El Conaculta ha presentado esto con el nombre de “ciudadanización”. Se trata de reconocer como centrales la participación y los intereses de los ciudadanos en la formulación y la ejecución de las políticas culturales. Ciudadanización no es privatización. Implica, primero, reconocer los derechos culturales de los ciudadanos; segundo, abrir cauces institucionales, es decir, que desde las instituciones se prevean vías para dicha participación organizada y diversa de la sociedad. Estamos hablando de involucrar, cada día más, a nuevos sectores y “empoderarlos”, como dice este neologismo de la UNESCO, es decir, de hacerlos corresponsables y copartícipes de la planeación, de los diseños de política cultural, e incluso corresponsables de la administración de los proyectos culturales y de la administración de los recursos de estos proyectos. De lo que se trata es de extender el proceso social de la cultura; no veo cómo este proceso pueda ser privatización.

En segundo lugar, la ciudadanización implica al Estado como responsable de fijar la política cultural del país, no de hacer la cultura. ¿De dónde deriva este derecho del Estado? Deriva de reconocer que la cultura es un asunto de interés público; si la cultura es un asunto de interés general, ninguna instancia social puede tomarla exclusivamente en sus manos porque la instancia que representa el interés general es justamente el Estado. La ciudadanización debe ser una postura del gobierno de la República frente a un proceso cultural y no la postura de una dirección; es un compromiso, un nuevo espíritu que permea todos los programas, todas las funciones y toda la actividad de relación del Conaculta con la sociedad mexicana.

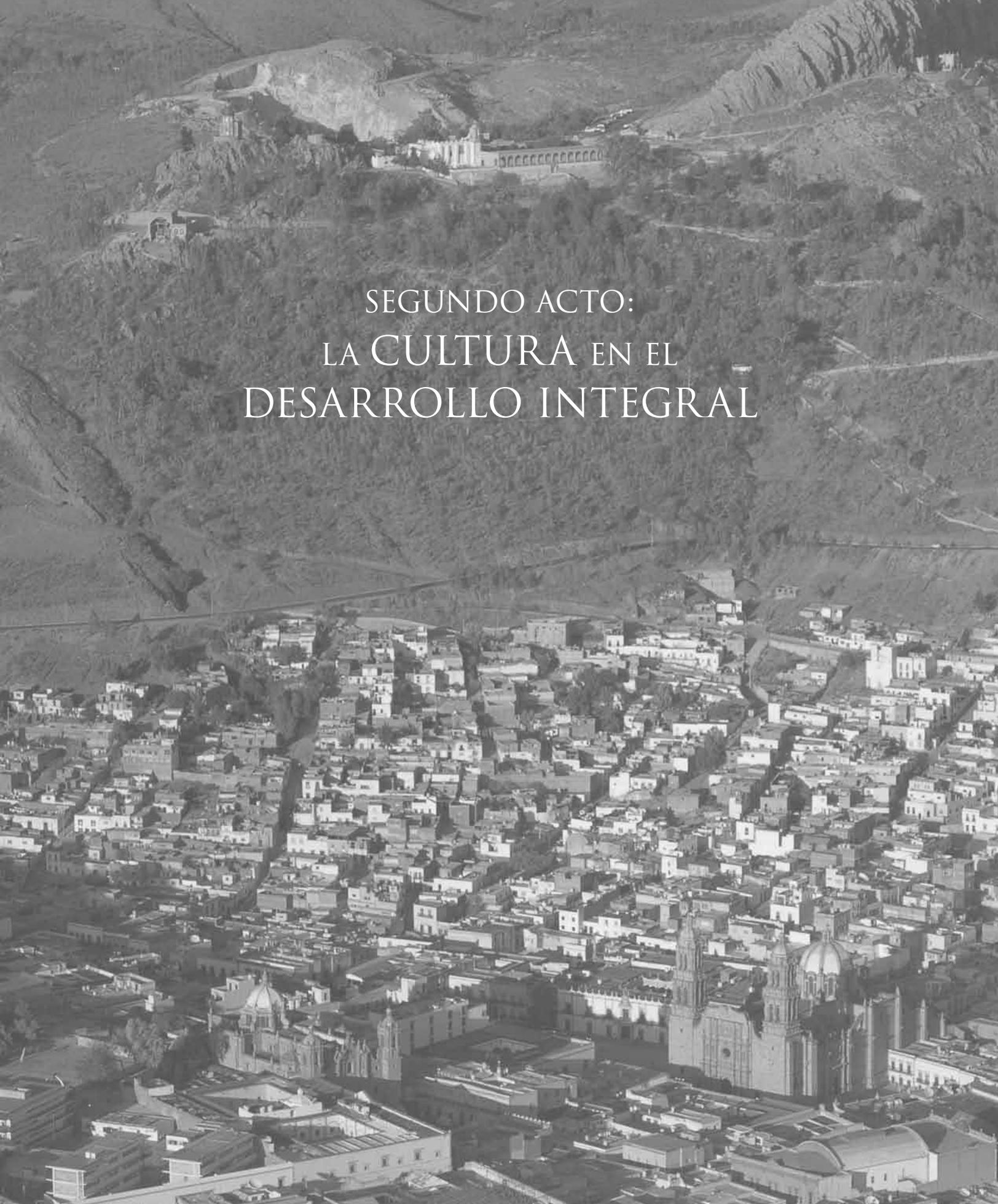
Desde el ámbito institucional, el Conaculta va a impulsar la participación de los ciudadanos en las tareas del desarrollo cultural en y desde los municipios, porque el municipio es la base de la pirámide social y política. Nosotros vamos a definir una estrategia de desarrollo cultural municipal que comprende varias cosas: la primera es la creación de consejos ciudadanos de cultura; la segunda es la creación de fondos para el desarrollo cultural de los municipios; la tercera es la capacitación sistemática de los promotores culturales. Conste que no dije de los ayuntamientos, sino de los municipios, es decir, tanto de los gobiernos municipales, como de las comunidades que viven en los espacios municipales. Entonces, mediante los consejos, los fondos y la capacitación, vamos a tratar de establecer un espacio nuevo de participación social para los ciudadanos, en donde los consejos ciudadanos de conformidad con los lineamientos del Programa Nacional de Cultura, determinen lo que se va a hacer con los fondos municipales, elaboren un plan de trabajo y se encarguen de supervisar su ejecución.

Se justifica la creación de este Programa porque va a permitir atender necesidades incuestionables y de fondo de nuestro desarrollo cultural que hasta ahora no han recibido ni la atención ni los recursos suficientes. El equipamiento de espacios culturales es una necesidad real; organizar la preservación de la memoria local, histórica de esas comunidades es una tarea importante ¿Tenemos archivos organizados, tenemos fototecas? Si acotamos temáticamente los factores que inciden en el desarrollo cultural municipal y auspiciamos la par-

ticipación de los ciudadanos en los procesos de planeación cultural y al mismo tiempo tenemos mecanismos para garantizar la rendición de cuentas, tanto en el terreno cultural como en el estrictamente financiero, vamos a poner en marcha una experiencia de participación ciudadana que, sin ser la única, es aquella en la que nos va a tocar participar directamente en el Conaculta.

Las actividades impulsadas por los consejos ciudadanos y los fondos para el desarrollo cultural de los municipios no suplen ni desde luego agotan la actividad de promoción cultural ordinaria que definen y realizan las instituciones culturales del país. Son solamente un mero cauce a la participación organizada de la sociedad en los procesos culturales que le atañen.

La iniciativa de los consejos ciudadanos de cultura no podrá prosperar si no tenemos el apoyo de los promotores culturales y la herramienta de la capacitación. No es casual que antes de iniciar los fondos municipales hayamos intentado construir la Red de Promotores Culturales y hayamos comenzado el diálogo con quienes deberán estar muy cerca de los procesos de ciudadanía; tampoco es casual que antes de esta reunión hayamos hecho un encuentro nacional de organizadores de festivales artísticos y culturales. Alguien dirá que estas actividades son superfluas, que no se notan, que no venden, pero nosotros estamos conscientes de que ya no hay tiempo ni para el relumbrón ni para la simulación y que construir implica hacer hoyos y poner piedras, y a eso le llamamos cimentación, para que lo que se levante no se construya en el aire y no se caiga.

An aerial, black and white photograph of a city built on a steep hillside. The city is densely packed with buildings, and a large, prominent cathedral with a dome and spires is visible in the lower right foreground. The background shows rugged, rocky hills and a large, circular structure on a distant peak. The text "SEGUNDO ACTO: LA CULTURA EN EL DESARROLLO INTEGRAL" is overlaid in the center of the image.

SEGUNDO ACTO:
LA CULTURA EN EL
DESARROLLO INTEGRAL

LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN CULTURAL EN LA PERSPECTIVA DE LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO

ADRIÁN MARCELLI

Huichol en Cerro Gordo Durango, 1993 / César Ramirez Morales - Comisión Nacional para el Desarrollo de los
Pueblos Indígenas / Fototeca "Nacho López"



Adrián Marcelli es subdirector de
Capacitación Cultural del Conaculta.

Partimos de una convicción: en la cultura se encuentran los elementos esenciales que dan fundamento y sentido a los individuos, que les permiten una continuidad a través del tiempo en el proceso de recrearse a sí mismos y colectivamente, basados en la afirmación e innovación de su propia cosmovisión transmitida y transformada por sus ancestros de generación en generación, a través de elementos tangibles e intangibles con los cuales hallaron la ruta para enfrentar o transformar sus identidades.

El punto de partida se desprende de la concepción de que la cultura no debe verse sólo como resultado o como producto, sino como parte de un proceso que es simultáneamente individual, familiar, comunitario. La cultura es factor esencial que da fundamento e identifica a cada pueblo. Sin embargo, la cultura depende en buena medida de los recursos que la población pueda obtener y transformar de su medio.

Hoy, en diversos foros internacionales de política cultural, se afirma y se consolida una concepción de la cultura que la ubica como dimensión esencial del desarrollo y tiene como principio universal la promoción de los derechos culturales como segmento fundamental de los derechos humanos, elemento ineludible de las nuevas formas de relación de los individuos y las comunidades. La dimensión cultural no se da aislada, se entrelaza con otras esferas o dimensiones del desarrollo en las que interactúan lo económico, lo social y lo territorial.

Cuando el término “desarrollo” se asocia a la dimensión humana, individual y/o social, y se problematiza con respecto a un grupo de seres humanos, surgen al

menos dos concepciones distintas de dicho término: según la primera, el desarrollo es un proceso de crecimiento económico, una expansión rápida y sostenida de la producción, la productividad y el ingreso por habitante (algunos matizan esta definición insistiendo en una amplia distribución de los beneficios de dicho crecimiento). De acuerdo con la segunda, elaborada y promovida por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2001) y por otros organismos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO por su nombre en inglés: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*), el desarrollo se concibe como un proceso que aumenta la libertad efectiva de quienes se benefician de él para llevar adelante cualquier actividad a la que atribuyen valor. Esta última idea se liga a una visión amplia, no economicista, del desarrollo, y se conoce como desarrollo humano.¹

Concebimos la promoción y gestión cultural comunitaria abarcando acciones de gestión institucional (asistencial, solidaria y estratégica para el desarrollo), así como el desarrollo creciente de proyectos y acciones tendientes a la autogestión (de la sociedad civil, en donde pueden participar el Estado y la iniciativa privada de manera conjunta o por separado).

Pensamos que México, destacado país multicultural en el plano mundial, requiere fortalecer modelos regionales y locales de desarrollo, con estrategias plurales que opten por la diversidad y no por la uniformidad. En la diversidad nos enriquecemos; la uniformidad, nos empobrece. Todo individuo, por el simple hecho de nacer en una comunidad humana y ser formado y educado en ella, posee una cultura determinada. El desarrollo cultural es componente esencial para elevar la calidad de vida bajo un modelo de desarrollo autodeterminado, incluyente, integral y sustentable.

La dimensión humana del desarrollo la da la cultura; por ello, es necesario establecer pautas para facilitar la integración de la cultura con las acciones sociales y económicas, a fin de mejorar la calidad de vida y el bienestar social. Para facilitar e impulsar parámetros de desarrollo es prioritario el reconocimiento de los recursos culturales locales y regionales que acompañen la dinámica social.

La Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO afirmó en 1996 que

¹ Véase J. Pérez de Cuellar *et al*, *Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*, Ediciones UNESCO, México, 1996.

las personas no son átomos independientes: trabajan juntas, cooperan, compiten e interactúan de múltiples maneras. Es la cultura la que vincula una a la otra y hace posible el desarrollo de cada persona. También define las relaciones de las personas con la naturaleza y su medio, con el planeta y el cosmos, y es a través de ella que expresamos nuestras actitudes y creencias en lo relativo a otras formas de vida...todas las formas de desarrollo están determinadas en última instancia por factores culturales. En efecto, desde este punto de vista es inútil hablar de la “relación entre la cultura y el desarrollo” como si fueran dos cosas separadas, cuando en realidad el desarrollo y la economía son elementos o aspectos de la cultura de un pueblo.²

Una característica de la cultura es su naturaleza dinámica que se re-crea entre la tradición y la modernidad. La cultura no es estática ni invariable, requiere del intercambio para permanecer dentro del concierto mundial de culturas que interactúan globalmente; así, cada cultura se fortalece, adquiere vigencia, se actualiza en una incesante búsqueda de nuevas formas de crear e innovar. Por ello es prioritario el reconocimiento y capacitación de los recursos humanos de cada comunidad para fortalecer la participación ciudadana en la toma de decisiones que afectan su vida y definen su porvenir. La cultura genera modelos de convivencia que nos permitirán existir y perdurar como colectividad.

Una primera tarea es definir con las personas concretas las relaciones entre desarrollo y cultura, con parámetros que van más allá de la sola medida estadística o del mero crecimiento económico, ya que generan condiciones para llevar una vida con pleno sentido y orientación sustentados en la identidad y la estabilidad de la comunidad; de este modo, se define y asume el desarrollo económico como medio y no como fin en sí mismo.³

En esta concepción el proceso económico y social está culturalmente condicionado. La pobreza no sólo involucra la falta de bienes y servicios esenciales sino también la de posibilidades para escoger una existencia más plena, valiosa y preciada. Así, la cultura debe ser entendida de una manera amplia: como principio de los fines mismos y no como medio para

² *Ibid.*, p. 32.

³ Véase H. Ariel Olmos, *Políticas culturales: el sentido del desarrollo*, Conaculta, México, 2004.

llegar a uno u otro fin. Sólo teniendo en cuenta este doble papel de la cultura podremos comenzar a entender al desarrollo como parte de un proceso social.

¿Cuál es el marco de referencia, la visión de la que partimos? En primer lugar debemos citar una idea de la UNESCO:

Mejorar la condición humana es el objetivo último del desarrollo. Asimismo, el recurso que más abunda en los países en desarrollo son los seres humanos. Por ello, los pueblos y por ende, sus culturas, deben ser situados en el centro de los esfuerzos de desarrollo.⁴

La cultura de una comunidad constituye uno de los lazos poderosos de identidad; atraviesa todo el espectro simbólico y emotivo de los grupos humanos vivos. A través de la identidad construyen todo un mundo simbólico e imaginario que da sentido a la vida misma.

Es la cultura del terruño la que hace, por ejemplo, que los migrantes mantengan, a través de la nostalgia, una relación afectiva y real con sus lugares de origen. Cuando la cadena de la familia nuclear o inmediata, al pasar de los años, se debilita o se pierde por la distancia, el tiempo o la muerte de las abuelas y las madres, la identidad se mantiene a través de los elementos culturales que se materializan en la comida, las fiestas, los rituales del Santo Patrón, la memoria de lo sagrado, las formas de organización familiar y comunitaria.

Para definir el desarrollo en el nivel comunitario es fundamental partir del patrimonio cultural intangible, a través de la identidad, la cual da sentido, coherencia y cohesión a la realidad material. Pero sólo cuando nos adentramos en las entrañas del desarrollo en lo multicultural podemos participar y/o trazar un rumbo coherente y pertinente en las microrregiones.

Una característica de la cultura es su naturaleza dinámica, que se recrea entre la tradición y la modernidad. La cultura no es estática ni invariable, requiere del intercambio para mantenerse viva; así, cada cultura se fortalece, adquiere vigencia, se actualiza en una incesante búsqueda de nuevas formas de crear e innovar.

⁴ Véase UNESCO, *Cultura, desarrollo y pobreza*, UNESCO, París, 1997.

Los seres humanos son y potencian su sentido dentro de su cultura, y más específicamente, a partir de lo que son, de su identidad: todas sus vivencias y experiencias se tamizan a través de su propia constitución cultural. Y esa identidad da sentido de pertenencia: todas las sociedades humanas, a lo largo de su desarrollo histórico, construyen y elaboran un tejido de significados simbólicos que sintetizan su ser material y espiritual, permitiendo a los individuos que las integran contar con un sentido de pertenencia a su grupo social, que los hace parte de él y diferente a otros. Así, la identidad cultural es sentido de pertenencia y diferenciación que se construye en las prácticas cotidianas y rituales de una comunidad, creando, reproduciendo y transformando una producción simbólica a través de dos grandes bloques: la acción social y los procesos de significación, actos y discursos que se desarrollan a través de la praxis entendida, siguiendo a Paulo Freire, como el proceso permanente de reflexión y acción que los hombres realizan sobre el mundo para comprenderlo y transformarlo.⁵

La identidad cultural, que está en constante movimiento y transformación, determina, entre otras cosas, lo que una persona entiende y busca como calidad de vida. Ésta, a su vez, es nexa entre el desarrollo humano y el desarrollo cultural. La calidad de vida es tema privilegiado de reflexión, ya que puede contribuir con una lista de rubros más amplia sobre lo que busca o debe buscar el desarrollo humano.⁶ La idea de calidad de vida nos coloca ante un hecho incuestionable: el desarrollo de la persona es un desarrollo en su cultura, porque en última instancia la calidad de vida, más allá de los satisfactores materiales (y también justo por ellos) fortalece la identidad cultural de las personas. La persona se desarrolla en su cultura, no fuera de ella. La cultura da sentido, significado, valores; son culturales las maneras de relacionarnos, de entender el amor, la amistad, el trabajo, la sexualidad, lo sagrado; incluso la conformación y generación de ciertas emociones son culturales, aunque en un proceso de cambio y desarrollo aprendamos y desaprendamos, cuestionemos maneras de relacionarnos y de ver el mundo, y abandonemos unas y adoptemos otras. La cultura no es estática ni busca instalarse inamovible en las tradiciones. A la vez, nos conecta con el hecho indiscutible de que necesitamos sentido de pertenencia y vínculos con nuestras raíces y puntos de referencia que fortalecen la propia identidad (todo lo cual tiene una base cultural). De ahí

⁵ Véase J. A. Mac Gregor, *Las identidades locales en la globalización. Memorias del Encuentro bilateral México-Bolivia sobre cultura, identidad y globalización*, Viceministerio de Cultura de Bolivia / Embajada de México en Bolivia, Bolivia, 1999.

⁶ Cuando en cursos sobre desarrollo humano dirigidos a los promotores culturales se les pregunta qué hace que su vida tenga calidad, prácticamente todos contestan que el movimiento del potencial humano abarca como parte del desarrollo pleno de una persona a la comunicación, la familia, el amor, la amistad, la salud, el sentido de vida y los proyectos creativos. Y todos siempre se dan dentro de un contexto cultural.

que el desarrollo cultural, es decir, el desarrollo de los aspectos culturales de individuos y grupos, y de sus capacidades, aspiraciones profundas y relaciones significativas, entre otros, enraizados en la cultura, sean desarrollo humano, y que la calidad de vida se componga de todos ellos.

Tanto el desarrollo social como el desarrollo económico requieren tener como punto de referencia el desarrollo humano, y éste es posible a partir de la cultura propia de las personas, esto es, que cuando las personas viven juntas, compiten, trabajan, se contradicen de cierta manera y cooperan, es la cultura la que los vincula, posibilitando el desarrollo personal; también es ella la que define las relaciones con la naturaleza y con el orden que quieren seguir en su relación entre sí y con el mundo.

Desde esta perspectiva, todas las formas de desarrollo están determinadas por factores culturales. No tiene sentido insistir en la “relación entre cultura y desarrollo” como cosas separadas, cuando en realidad el desarrollo y la economía son elementos o aspectos de la cultura de una comunidad. La cultura es el fin y objetivo del desarrollo entendido como realización de la existencia humana en todas sus formas y en toda su plenitud.⁷

El desarrollo desde lo cultural podría entenderse como la posibilidad real de potenciar las opciones ofrecidas al ser humano en relación íntima a su devenir histórico y ecológico, facilitando el fortalecimiento de su propia visión y traducción del mundo. No es posible el desarrollo rural integral, que sea viable y autosustentable, que no atraviese y tenga como punto de partida la cultura de la comunidad.

La calidad de vida nos habla de la posibilidad de elevar nuestras condiciones de vida para un desarrollo óptimo dentro de nuestro ámbito cultural y más allá de los satisfactores materiales indispensables, pero no suficientes para garantizar una vida plena. De este modo “se han propuesto diversos indicadores de la calidad de vida, tales como la longevidad, la buena salud, la alimentación adecuada, la educación y el acceso al conocimiento acumulado por la humanidad, la ausencia de desigualdades basadas en el sexo, libertades políticas y sociales, la autonomía, el empoderamiento, el derecho a participar en la vida cultural de la comunidad y

⁷ Véase H. Ariel Olmos, *Op. Cit.*

en las decisiones importantes que tienen incidencia sobre la vida y el trabajo de los ciudadanos, etcétera.” Evidentemente todo conjunto de indicadores cuantitativos siempre será insuficiente para dar cuenta de la riqueza del concepto de “desarrollo humano”. Pero éstos son los aspectos importantes para la otra concepción de desarrollo, considerado como el fortalecimiento de las capacidades de las personas y el aumento de su posibilidades de elección, y no sólo como la mera acumulación de productos materiales.⁸

La calidad de vida no es sólo calidad de las condiciones de vida de una persona, sino una dimensión social, colectiva, en donde se gestan valores, aspiraciones colectivas y formas de ver el mundo. Así, el desarrollo humano, tanto en sus vertientes individuales como sociales, buscan, en última instancia, la realización del potencial humano, de las vastas capacidades de los individuos, y dicha finalidad incide directamente en la calidad de vida de las personas y, por lo tanto, en la reafirmación de su propio yo, de su identidad.

La cultura puede ser entendida básicamente de dos maneras. La primera está ligada con los productos culturales y se relaciona con la idea del cultivo, de la educación, el perfeccionamiento del ser humano; es la postura que sostiene la supremacía de las bellas artes, el arte culto y todas aquellas disciplinas que ennoblecen, forman e informan al ser humano. La segunda concepción de cultura tiene que ver más bien con procesos, y se entiende como una forma integral de vida, como un conjunto de modos de vida, valores, hechos, símbolos, procesos individuales y colectivos que conforman puentes y fronteras que preservan valores y tradiciones. La cultura es mucho más que arte, expresión artística, producción de obras. Esta dimensión de la cultura es muy valiosa e irrenunciable, por supuesto, pero parcial, no equivalente a la cultura en su totalidad, cuyos productos (aparte de los procesos) abarcan mucho más que producciones de las bellas artes.

En la historia occidental, desde los antiguos griegos⁹ hasta el Renacimiento, la cultura fue entendida como educación por las buenas artes, búsqueda y realización del hombre. Era un espacio aristocrático, elitista, privilegio de unos cuantos. Es hasta pleno siglo XVIII, en la Ilustración, que se gesta un proceso de democratización de la cultura: es objetivo de los “ilustrados” llevar

⁸ Véase J. Pérez de Cuellar, *Op. Cit.*, p. 30.

⁹ Para los griegos era la *Paideia*; para los romanos, la *Humanitas*.

la cultura, la información, los conocimientos, al pueblo. Esta postura está aún vigente y muy extendida y, entre otras cosas, es el sustento de la idea difusionista de cultura.¹⁰

Es hacia la década de los setenta que la idea elitista de cultura, fundamentada en las bellas artes y el arte culto, después de haber sido durante siglos la concepción dominante, fue confrontada y criticada por una corriente que reivindicaba el pluralismo cultural, la multiculturalidad, el plurilingüismo y la diversidad.¹¹ Esta visión se enfrenta a la visión eurocéntrica del arte refinado,¹² que es patrimonio de unos pocos.¹³ En las décadas de los ochenta y los noventa del siglo XX, esta nueva corriente se fortalece, se expande¹⁴ y se centra en la función de la promoción y la gestión culturales; la promoción cultural se establece como un eje promotor-comunidad, en una relación horizontal, sin jerarquías, y con el objetivo primordial de revalorizar la riqueza cultural y la visión del mundo. Se gesta una relación de respeto, servicio y diálogo, afín a valores y premisas humanistas, aunque no sea de modo explícito o voluntario.

Desde esta perspectiva, a la que se le podría denominar, con cierta precaución relativismo cultural,¹⁵ y con más exactitud pluralismo cultural, no hay culturas inferiores y culturas superiores. Puede, eso sí, haber prácticas criticables, rechazables, condenables. Esta reflexión nos conduce a otra más, que tiene que ver con el binomio tradición-modernización. Generalmente se relaciona el término cultura con el de tradición, como si la cultura, en el mejor de los casos, fuera un conjunto de tradiciones cuyos orígenes se pierden en el tiempo y que son inamovibles: frente a la cultura encontraríamos la amenaza de la modernización, que acaba con la cultura (para bien o para mal, según desde dónde nos coloquemos). En realidad, en el vasto fenómeno de la cultura hay movimiento continuo, hay un intercambio permanente entre tradición y modernización: las identidades cambian, las tradiciones se actualizan, y en este continuo proceso surgen dinámicas que fortalecen o que merman las bases culturales de individuos y de pueblos. Para la UNESCO

ni la tradición ni la modernidad son estáticas; ambas cambian constantemente. Ni toda la tradición ni toda la modernidad deben ser bienvenidas. El carácter represivo de algunos valores y prácticas tradicionales —o modernas— es evidente.

¹⁰ La cultura sirve para difundir la obra de una elite a todos aquellos individuos que sólo son receptores, observadores, jamás creadores.

¹¹ En México, esta nueva corriente da lugar a la creación de la Dirección General de Culturas Populares, el Museo Nacional de Culturas Populares, las propuestas teóricas de Guillermo Bonfil Batalla, Gilberto Giménez y Lourdes Arizpe, entre otros, así como distintos programas y proyectos encaminados a apoyar la formación y el desempeño de promotores culturales, profesores de primaria, artistas urbanos e indígenas, con el objetivo de restablecer y fortalecer el vínculo entre educación y cultura.

¹² Portadora sutil y disimulada de actitudes discriminatorias y racistas, al asumir que la cultura occidental es más valiosa por ser más avanzada, exquisita, compleja y moderna, y que debe ser adoptada por todos los habitantes de la tierra, o al menos por los que se dicen civilizados.

¹³ Incluso José Vasconcelos, quien hizo una enorme aportación a la democratización de la cultura llevando a cabo misiones culturales alfabetizadoras, y otras acciones, asume el proyecto de llevar la literatura universal —los grandes autores occidentales— a todos los pueblos de México.

¹⁴ Se crean Institutos, Consejos, Secretarías, Asociaciones civiles, Casas de Cultura, así como la Red Nacional de Bibliotecas, la Red de Museos, diversos programas de fomento a la lectura, diversos proyectos de promoción y difusión de la cultura indígena y popular, así como cursos sistematizados para promotores culturales.

¹⁵ El término relativismo cultural nos puede remitir a la idea de que todas las prácticas culturales son válidas y respetables, lo cual nos conduce al problema, por demás serio, del relativismo moral. Para el pluralismo, todas las culturas son respetables y merecen expresarse, pero no todas las prácticas culturales son aceptables; hay algunas que muchas veces constituyen ejes de toda una cultura, que son condenables por no respetar los derechos humanos de sus miembros o de los miembros de otras culturas y comunidades.

La tradición puede ser sinónimo de estancamiento, opresión, inercia, privilegios y prácticas crueles; la modernización puede ir de la mano con la alienación, la anomia, la exclusión o la pérdida de identidad y del sentido de comunidad.¹⁶

Esta visión nos permite observar el hecho de que asumir una postura pluralista no implica ser defensores acríticos de todo producto o proceso cultural, y mucho menos de aquéllos con tintes folclóricos o meramente preservadores de tradiciones.

En un modelo horizontal, respetuoso de la cultura propia, el promotor o gestor del desarrollo social parte de un elemento fundamental: el respeto del otro. Más allá de una actitud de tolerancia desarrolla una capacidad de empatía, lo que le permite la inclusión y participación social en todas las etapas de la planeación de un proyecto. Esto es posible a través de un elemento fundamental, que parte de una humanización mutua, que es posible a través del diálogo o la comunicación horizontal, a través de acciones insustituibles en todo dialogo intercultural: la educación, la capacitación y la formación de gestores comunitarios.

Esta *praxis* comunitaria sustentada en el respeto de lo cultural, implica un esfuerzo adicional para establecer un proceso de reflexión-acción colectiva que transforme el mundo de cada comunidad, sustentada en un sentido de libertad y autogestión de la cultura propia.

Hemos repetido una idea básica en diversos proyectos de difusión, capacitación y de diálogos interculturales: la modernidad sin tradición es tan vacía como la tradición sin innovación. Ello resulta fundamental para evitar concebirnos sin raíces arraigadas en una cultura cuya principal riqueza radica en su diversidad. La cultura es la fuente de un verdadero progreso a partir de promover la creatividad. Si dejamos de asignarle un papel instrumental a la cultura, concebiremos al desarrollo en términos que incluyan el crecimiento cultural.

Toda comunidad está integrada por personas que juegan diversos roles que le dan una dinámica y rostro propio. En todas destacan aquellos personajes que por su capacidad de servicio desempeñan un liderazgo moral, económico o social. Por el respeto y reconocimiento que se han ganado en su comunidad, estas personas pueden ser la clave para animar procesos colecti-

¹⁶ Véase J. Pérez de Cuellar, *Op. Cit.*, p. 38.

vos significativos. Cualquier proyecto comunitario requiere que las personas participen en todas sus etapas, a través de lo que podemos llamar núcleos de animación comunitaria, los cuales tienen un rol fundamental en el desarrollo integral de las comunidades, partiendo evidentemente del propio autodiagnóstico, es decir, de la puesta en claro del sentido que quieren dar al futuro, escuchando la memoria del pasado, y actuando en un presente concreto que les habla de obstáculos y oportunidades. Los gestores, agentes o promotores del desarrollo no pueden determinar la cultura de un pueblo, ya que ellos están determinados por una; lo que sí pueden hacer es influir positiva o negativamente sobre ella y marcar así un cierto acuerdo para el desarrollo.

Los núcleos de animación comunitaria forman parte esencial de los procesos comunitarios específicos, y nos referimos a un conjunto de personas que mantienen una particular automotivación o interés por hacer posible y dar continuidad a procesos específicos. Estos núcleos de animación pueden hacer posible el desarrollo comunitario: recuperar lo perdido, liberar lo encerrado, develar lo oculto (patrimonio). El patrimonio tangible es posible sólo si a su vez subsiste y se fortalece el patrimonio intangible, y los núcleos de animación comunitaria pueden hacer posible esta relación dinámica. Lo que se conoce, se valora y se aprecia, no se discrimina.

En el ámbito estratégico, en un programa comunitario, los núcleos de animación puede ser el punto central para una perspectiva de desarrollo sostenido y sustentable, pueden ser el puente o el vehículo ideal para la sistematización de información y la definición de campos temáticos de interés comunitario y de microrregiones. Un núcleo de animación comunitario fortalecido y sensible de su propio potencial, puede equipararse a un dispositivo pedagógico, en el que una comunidad se apropia y transmite generacionalmente diversos procesos y hechos identitarios.

En el contexto de los núcleos de animación, afirmar el diálogo es una herramienta fundamental, exige que las diferencias no sean tomadas como algo extraño, inaceptable o detestable, sino armonizarlas de manera que resulten en formas de coexistencia humana de las que podamos aprender. Ello implica superar una práctica común que se sustenta en la visión del poder,

como dominación o hegemonía, que implica excluir y subordinar al otro. Y esta práctica de subordinar y negar las potencialidades de los que son diferentes, inclusive ha generado a través de la historia teorías de grupos diferenciados por su raza, etnia o nacionalidad. Pero la comunicación y el desarrollo de la empatía requieren de un marco teórico y metodológico, el cual los promotores y gestores deben conocer y desarrollar.

La libertad cultural se construye de manera colectiva y parte del conocimiento y reconocimiento de los derechos humanos y de los derechos culturales. Es decir, el derecho que tiene un grupo a seguir o adoptar el modo de vida que desea.

Los derechos culturales integran los derechos humanos; que son universales, indivisibles e interdependientes. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida social y cultural de la comunidad. Toda cultura tiene una dignidad y un valor que deben ser respetados y protegidos. La protección de la diversidad cultural y el aumento del respeto de las distintas identidades culturales es esencial para un auténtico desarrollo social.

Las acciones de capacitación para el desarrollo integral de las comunidades parten del reconocimiento del derecho a aprender, acrecentar, renovar, preservar, proteger, defender y transmitir aquellos valores que le den identidad individual dentro de su comunidad; a acceder a los bienes tangibles e intangibles, integrantes del patrimonio; al derecho a asociarse y colaborar en la vida comunitaria, a gozar de sus tradiciones y a la vez y en contraste, a participar en el progreso científico y de los beneficios que de él resulten.

Pero todo ello requiere de la adquisición y desarrollo de habilidades para ser eficientes y eficaces en el derecho a colaborar con su comunidad, en la recuperación, estudio, protección, conservación, aprovechamiento sustentable y no excluyente, difusión, promoción y reformulación de aquellos bienes que son testimonio de los valores que integran la identidad comunitaria. El uso responsable, sustentable y no excluyente de los bienes comunitarios implica la participación colectiva en las decisiones comunitarias. Todo ello es posible a partir del derecho al reconocimiento, defensa, uso y usufructo de la creación colectiva de cada comunidad.

Los derechos colectivos se sitúan en un contexto social y se acompañan de deberes en relación con la comunidad, que es la que permite la plena y libre realización del individuo. La libertad es un elemento esencial del desarrollo desde la dimensión cultural, en especial la libertad de elegir los valores que uno cree que debe defender y la existencia a la que uno aspira. Nos permite satisfacer una de las necesidades más elementales: la de definir libremente cuáles son estas necesidades.

CALIDAD DE VIDA Y CULTURA

Lo cultural define localmente los parámetros concretos de la calidad de vida, la cual pasa por el fortalecimiento de la identidad. Los indicadores del desarrollo humano en el nivel local pasan por la definición de la calidad de vida a partir de una cultura específica. Los indicadores del desarrollo nos permiten definir y cuantificar los datos y hechos vinculados al bienestar de una población. Y el bienestar es una construcción cultural histórica.

Es la cultura la que hace posible un concepto integrador de bienestar que comprenda en un nivel multidimensional las condiciones objetivas (tangibles) y subjetivas (intangibles) deseables para una comunidad específica.

El desarrollo desde la dimensión de lo cultural tiene mucho que aportar para enriquecer el concepto mismo de calidad de vida y desarrollo humano. Hasta ahora la calidad de vida ha sido definida como la calidad de las condiciones de vida de una persona, tanto en su satisfacción experimentada, como en la combinación de factores objetivos y subjetivos. Sin embargo, la dimensión de lo cultural implicaría la combinación de condiciones de vida y satisfacción personal, en el contexto de vida colectiva o comunitaria en donde tienen un lugar fundamental los valores, elementos culturales y aspiraciones colectivas.

La calidad de vida implicaría la satisfacción de elementos sociales (salud, educación, seguridad, recreación, vivienda, entre otros); psicológicos o de identidad (las necesidades subjetivas del individuo a la presencia o ausencia de determinadas experiencias vitales); ecológicos (el ajuste entre los recursos del sujeto, la comunidad y las demandas del ambiente), pero los elementos culturales permean los anteriores y atienden sus códigos de valor, sus for-

mas de organización, de comunicación, de participación, y definen sus desafíos y problemas, y la forma cómo los servicios sociales pueden apoyarles eficazmente.

El concepto de calidad de vida ha tenido su propio desarrollo: desde un concepto que tendió puentes en diversas disciplinas vinculadas al desarrollo humano, hasta un cambio de paradigma en los servicios humanos en general, que se vieron obligados a mejorar cualitativamente sus procedimientos.

La concepción de la dimensión cultural del desarrollo nos alerta a que el desarrollo económico por sí mismo no proporciona un desarrollo humano integral, concentra la riqueza y la tecnología y no ofrece calidad de vida para todos.

Insistamos: uno de los problemas principales para poder promover esta dimensión cultural es la limitada concepción que sobre la cultura misma tienen algunos expertos en el desarrollo. Se sigue concibiendo a la cultura desde la perspectiva de la difusión de las bellas artes. Esta concepción es aún cotidiana para muchos intelectuales y responsables de programas e instituciones de gobierno, ha implicado políticas y prácticas culturales sustentadas en la idea de “llevar la cultura al pueblo”, organizar oficinas de “extensión” de la cultura, hablar de “bellas” artes, fundar palacios en torno de las “bellas” artes, construir distinciones explícitas entre música “cultura” y “popular”, entre arte y artesanías.

Frente a esta concepción, y para lograr el mismo desarrollo integral de las comunidades, es necesario promover una concepción amplia, en la que la cultura sea concebida para designar la diversidad de formas de organización social, desde la más especializada y compleja, así como las formas de vida tradicionales, teniendo la ventaja de no conceder privilegio alguno a un modo de vida con referencia a otro en la descripción de un proceso cultural.

La cultura está inmersa en procesos sociales específicos, es resultado de interacciones que van de lo simple a lo complejo en lo económico, político, religioso, ecológico, alimentario, artístico, psicológico y filosófico. Los elementos que interactúan en un contexto social determinado dan sentido, identidad y pertenencia a una comunidad humana.

Frente a esta concepción de la dimensión cultural del desarrollo, los argumentos economicistas parten de enumerar la enorme lista de ejemplos de las bondades del desarrollo tecnológico como resultado del económico: los medios de transporte y comunicación, los antibióticos, las vacunas y la cirugía moderna, los plásticos y la energía eléctrica, el automóvil o al avión, a los teléfonos, las computadoras o los equipos domésticos como los refrigeradores o las lavadoras de ropa, un proceso continuo en que la demanda de los consumidores, la competencia entre las empresas y la investigación tecnológica se han retroalimentado y se han producido —salvo escasas excepciones— de un modo básicamente espontáneo y hasta casi caótico.

Ante esta lista de bondades, siempre recuerdo una fotografía de un cartel en la que estaba un indígena huichol (o wirráríca) filmando unas danzas de su comunidad, vestido como huichol, en una festividad propia, enfocando una potente y moderna cámara de video que le era útil, y que el uso de la misma no negaba los elementos de su cultura.

O el concepto de control cultural que ideó el siempre recordado maestro Guillermo Bonfil Batalla, con el que a muchos de sus alumnos nos enseñó un método de trabajo que parte de la observación y definición de los recursos comunitarios: territoriales, organizativos, simbólicos, lingüísticos, históricos, tecnológicos y de conocimiento. Definiendo estos recursos como propios o ajenos, y observando cómo en la dinámica cultural las decisiones colectivas para su disfrute generan realidades comunitarias autónomas, apropiadas, enajenadas e impuestas.

Y es que, en la lógica de los mercados libres y competitivos se requiere de la evaluación de los costos sociales, ecológicos y culturales. Por ello es necesario impulsar un desarrollo a partir de liberar las potencialidades del ser humano, su familia y su comunidad, en el que el desarrollo del individuo sea consecuencia del desarrollo de su comunidad y no al revés. El desarrollo integral del ser humano debería estar por encima del desarrollo del mercado y la ganancia. El mercado al servicio del desarrollo del ser humano y su comunidad considerando el impacto de los recursos naturales. El desarrollo debe vivirse diariamente, tanto en lo cualitativo como en lo cuantitativo.

La cultura, y con ella la alimentación, la educación, la salud, la vivienda, son derechos humanos que deben ubicarse como inversión social, humana, y no como gasto o costo de producción.

Ante el hecho aceptado por muchas visiones del desarrollo de que la pobreza y la desigualdad no han desaparecido (de ninguna manera) de las sociedades actuales y que nos encontramos a diario con evidencias de desigualdad, y la pobreza es permanente y en ella viven millones de personas, es importante señalar, en principio, que no se corresponde mecánicamente el concepto de pobreza material al de pobreza cultural. Es decir, una comunidad pobre en términos económicos no es automáticamente pobre en términos culturales. La riqueza cultural de las comunidades lleva implícita en muchos aspectos respuestas y soluciones ante la pobreza material. Las comunidades culturales tienen, muchas veces, la respuesta, el qué y el cómo.

Pero esta respuesta parte de la propia visión de pobreza y de riqueza material que tiene una comunidad. Carlos Núñez llevó recientemente a la práctica un largo proceso de diagnóstico y de planeación para el desarrollo en diversas comunidades en un estado en México, para construir desde la base misma de la comunidad sus aspiraciones y proyectos de desarrollo.

Ya no se trata de definirle a la comunidad una línea institucional de la pobreza y desde ahí generar proyectos, sino construir el futuro posible de seres humanos concretos, desde su mundo de identidad, valores, imaginarios y cosmovisión. Y es que, tradicionalmente, una de las prácticas principales para “medir” la pobreza esta basada en definir una llamada *línea de pobreza*, lo cual en sí mismo tiene un sentido práctico, a partir del acceso a un conjunto de insumos y servicios que forman una “canasta básica” de bienes y servicios que, idealmente, todos deben poseer para no ser considerados pobres. Luego se estima cuantitativamente el porcentaje de personas que no llegan a recibir los ingresos suficientes como para adquirir dicha canasta básica y se cuenta con una cuantificación de pobres abajo o arriba de una línea convencional.

Ahora bien, si la dimensión cultural de desarrollo implica el respeto a la diversidad, lo coherente es que las personas concretas construyan su propia vi-

sión de futuro. Carlos Núñez asume la necesidad de construir coherentemente un presente y un futuro posible a partir de una construcción social permanente de los sujetos reales, desde una práctica conciente de los seres humanos sobre su realidad. Y afirma: “De ahí que entre aquellos y ésta se establezca una unidad dinámica y contradictoria. Como dinámica y contradictoria es también la realidad”... Por cierto —nos dice—, esta afirmación encuentra gran similitud con el pensamiento del paradigma de la complejidad, hoy tan estudiado y reconocido.

La construcción del desarrollo comunitario se da respecto a las personas concretas de una comunidad cultural específica, en la que interviene su pasado y sus expectativas de futuro, es decir, a partir de tomar como punto de referencia lo que ellas consideran como digno y justo para su vida, en relación a lo que esperan (o esperaban) que pueden razonablemente alcanzar.

La percepción de pobreza o riqueza es, por todo esto, extremadamente variable, cambia de comunidad en comunidad con mucha amplitud y se modifica con rápida facilidad según las circunstancias. Ello no implica que, cuando una comunidad toma las riendas de su propio destino, no acceda al intercambio y construcción de nuevas expectativas y posibilidades, a partir de un dialogo intercultural.

En síntesis, la idea pretende impulsar a través de promotores y gestores que construyan su propio conocimiento el diálogo entre comunidades, lo que en el lenguaje actual definiría la posibilidad de la interconectividad de comunidades locales y regionales; la construcción “desde abajo” frente al modelo tradicional de desarrollo “desde arriba”; la reestructuración o complemento del sistema productivo mediante la creación y fortalecimiento de proyectos productivos y empresas comunitarias y la generación de trabajo local; la concertación de actores públicos y privados de la sociedad local en un plan estratégico en donde la cultura es eje que da coherencia, pertinencia y sentido.

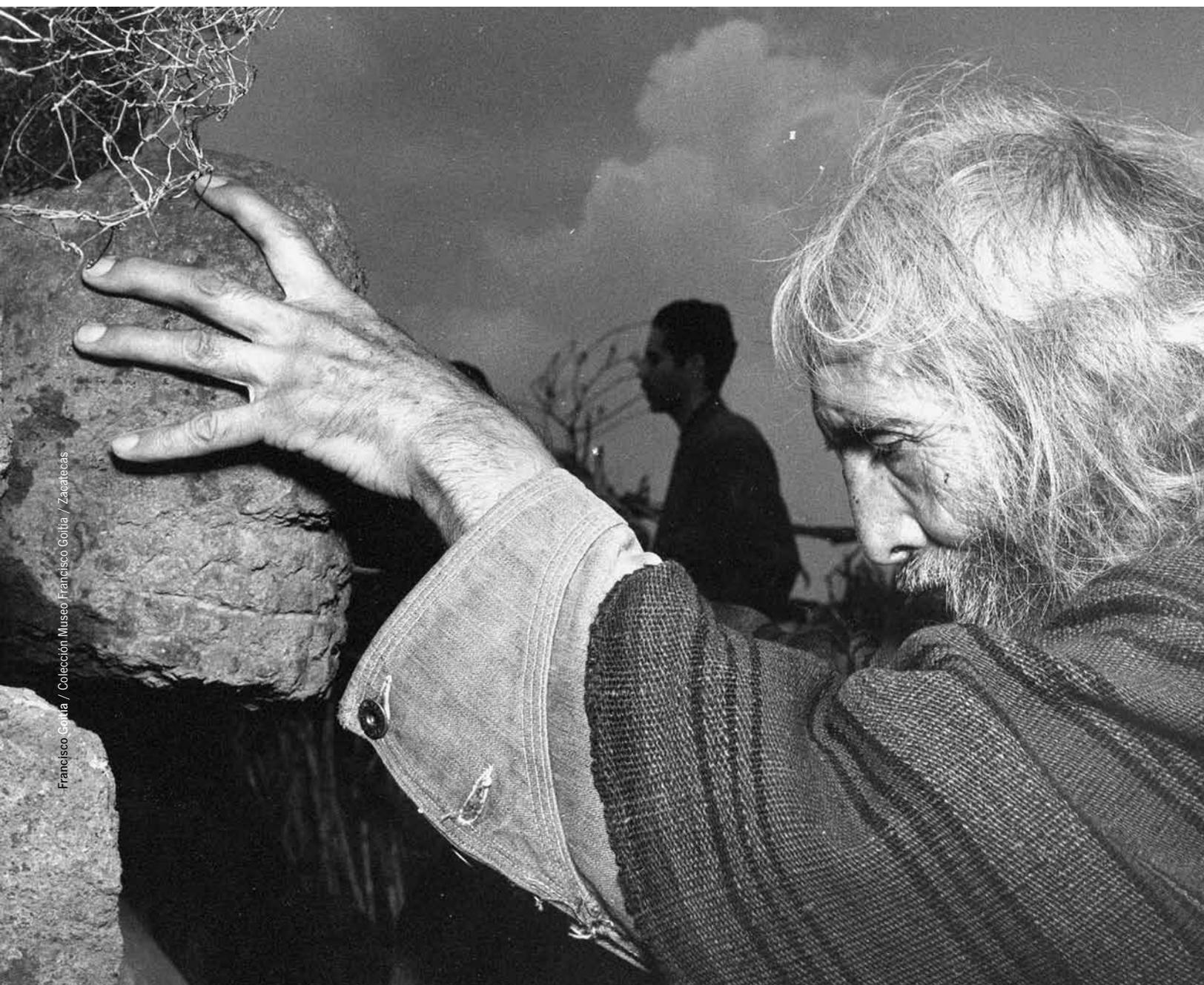
Bibliografía

- , *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo*, UNESCO, 2004, en www.unesco.org/culture/development.
- , *Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural*. Síntesis de la 31 sesión de la Conferencia General de la UNESCO en París, 2 de noviembre de 2001, en <http://unesdoc.unesco.org>.
- , *Informe de Desarrollo Humano*, UNESCO / PNUD, 2001, en www.pnud.org.
- Ariel Olmos, H., *Políticas culturales: el sentido del desarrollo*, Conaculta, México, 2004.
- Arizpe, L., *El objetivo de la convivencia. Informe Mundial de Cultura*, 1998, en www.crim.unam/cultura.
- Bonfil Batalla, G., *Pensar nuestra cultura*, Alianza Editorial, México, 1991.
- Ferrater Mora, J., *Diccionario de filosofía*, Ariel, Barcelona, 2001.
- Figueroa Díaz, María Elena, *Aportes Recíprocos entre Desarrollo Humano y Cultura*, Departamento de Desarrollo Humano-UIA, México, 2004.
- Freire, P., *Pedagogía del oprimido*, Siglo Veintiuno Editores, México, 1994.
- Giménez, G., *La teoría y el análisis de la cultura*, Conaculta / Intersecciones, México, 2004.
- Mac Gregor, J. A., “El promotor del nuevo siglo”, en *Sol del Aire, (Volumen 1-3)*, Instituto Coahuilense de Cultura, 2002, pp. 45-51.
- Mac Gregor, J. A., *Las identidades locales en la globalización. Memorias del Encuentro bilateral México-Bolivia sobre cultura, identidad y globalización*, Viceministerio de Cultura de Bolivia / Embajada de México en Bolivia, Bolivia, 1999.
- Mac Gregor, J. A., *Políticas culturales y formación de promotores y gestores culturales para el desarrollo cultural autogestivo. Memoria del Seminario Nacional de Formación Artística y Cultural*, Ministerio de Cultura de Colombia, Bogotá, 2000.
- Núñez, Carlos, “Vigencia del pensamiento de Paulo Freire”, Cátedra Jaime Torres Bodet, CREAL, Pátzcuaro, Michoacán, 9 de mayo de 2003.
- Pérez de Cuellar, J., *et al, Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*, Ediciones UNESCO, México, 1996.
- Poder Ejecutivo Federal, *Programa Nacional de Cultura del Estado (2001-2006). La cultura en tus manos*, Conaculta, México, 2001.
- UNESCO, *Cultura, desarrollo y pobreza*, UNESCO, París, 1997.

GESTIÓN CULTURAL Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO: ASUNTOS TRANSVERSALES DE LA SOSTENIBILIDAD

CONFERENCIA MAGISTRAL

WINSTON LICONA CALPE



Winston Licona Calpe es docente e investigador de la Facultad de Altos Estudios de Administración y Negocios (FAEN) de la Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.

Es mi propósito suscitar algunas ideas que contribuyan a paliar las inquietudes de los gestores culturales sobre un tema complejo por los conceptos y relaciones que imbrica (no con poca frecuencia se tratan separada y especializada): la gestión cultural, que avanza en su reconocimiento social y académico, a la vez que amplía cada vez más su espectro, aunque suele actuar fragmentada y reducida a campos específicos de intervención y operabilidad en los programas y proyectos del sector cultural. La sostenibilidad de la cultura la hemos relacionado y reducido a tradición y a recursos económicos, por demás exiguos, para el desarrollo del sector.

El concepto de desarrollo, en sus elaboraciones, fue considerando que el progreso tecno-científico y económico sería puntal de la construcción del desarrollo humano, de la democracia, los valores, la libertad, la moralidad (Morin). Dicha confusión motivó no pocas paradojas del subdesarrollo —entre otros— mental, psíquico y moral, expresadas en las profundas desigualdades y subordinaciones existentes y en la proliferación de los ismos: antropocentrismo, etnocentrismo, americanismo, eurocentrismo, egocentrismo, especialismo, marginalismo, periferismo, centralismo, unilateralismo y neoliberalismo, entre otros.

El lucro derivado del exitoso progreso del capitalismo, hoy oculto en el lenguaje del mercado, olvida que lo central es el desarrollo humano entendido como la multidimensionalidad de la realización social. Fue en cambio la idea del desarrollo sostenible la que introdujo la noción del porvenir del planeta, del porvenir de los seres humanos, y también la necesidad de

la salvaguardia vital de los humanos, que es una consideración ética (Morin).¹

No hay que subordinar más el desarrollo humano al desarrollo económico; debemos invertir esto y subordinar el desarrollo económico al desarrollo humano. Ése me parece es el papel ético fundamental. No debemos ser simples objetos en este Titanic sin piloto, sino que debemos cambiar y ser sujetos de la aventura humana.”²

GESTIÓN CULTURAL Y SOSTENIBILIDAD

La gestión cultural implica la sostenibilidad de los procesos culturales, a pesar de que muchas de sus expresiones hayan perecido con los avances de la tecnología y los cambios políticos, económicos y sociales. Históricamente, sus actores han presionado por su reconocimiento por lo menos local, o nacional, regional, internacional y ahora global. Siempre buscan continuidad, apoyados a su vez con las más diversas formas de gestión que van desde la sencilla y humana comunicación artesanal, el lenguaje, hasta los modos profesionalizantes y obligantes por sus desarrollos complejos y configurativos, como sector encadenado en ambientes de industrialización, de competencia hegemónica, productiva y reproductiva, hacia escenarios rentables económica, social, política y culturalmente hablando. Es decir, de sostenibilidad.

Por encima de las determinaciones gubernamentales, en su mayoría hoy asumidas como “juntas directivas del neoliberalismo”, hay una pugna por la responsabilidad, autonomía y empoderamiento de lo cultural como hecho generado por la sociedad civil, y que para no pocos dirigentes económicos y políticos es incomprensible. No hay opción porque, por ejemplo, las huelgas de los trabajadores temporales del espectáculo en Francia pusieron al descubierto que en el país donde quizás la cultura tenía los mayores apoyos estatales, por aquello de la consideración de lo cultural como bien público, también la lógica neoliberal y de mercado se impuso de manera implacable. Van quedando atrás los planteamientos que hizo Malraux, de convertir la cultura en un bien público, es decir, “contribuir a ofrecer a la mayor cantidad posible de gente el acceso a las obras maestras de la creación del pasado y el presente”. De ahí vienen un cierto número de

¹ Véase el documento incluido en la Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo, en www.iadb.org/etica

² *Ibidem.*

logros no despreciables: creación de las casas de la cultura, de los centros dramáticos y coreográficos nacionales (dirigidos por artistas), precio único del libro, creación de fondos de compra para el arte contemporáneo, ayuda a la creación cinematográfica, mediante adelantos sobre facturación, etcétera.³

La sostenibilidad es algo sencillo, más no simple. Es como la pregunta de una canción: ¿Cómo me sostengo yo en el día de hoy? ¿Cómo me sostengo yo en el día de mañana? Ahí está lo profundo, porque lo profundo —como dijera Neruda— está en la piel. Una metáfora para significar que la sostenibilidad es un asunto social de sensibilidad humana, que se trata de un todo, de algo holístico que conmueve la existencia del planeta con paradojas que rayan en la demencia no escasa de racionalidad: crecimientos económicos devastadores con desarrollismos salvajes e impuestos, cuyos contrastes van desde la marginalidad miserable, hasta la opulencia desenfrenada y despilfarradora.

De la sostenibilidad se han ocupado muchos entendidos, según la poca bibliografía revisada hasta ahora. Lo plausible y de buen síntoma es que los enfoques públicos, privados y comunitarios buscan desentrañar y asumir responsabilidades por los desaciertos y posibles correctivos del desarrollo económico, de los usos y abusos de la naturaleza, para que los que ahora vivimos no les dejemos una “cloaca” a las generaciones futuras a costa de disfrutar egoístamente el cuarto de hora que nos ha tocado vivir: florece la alerta de que empresarios, políticos y consumidores no nos mecemos ingrátidos ni levitamos impunemente sobre la tierra.

Hay seriedad y preocupación en los análisis, digamos que por fin hay una cierta sensatez para evaluar los errores del crecimiento económico al aplicar modelos de desarrollo económico y social impuestos, con el sólo afán de lograr el objetivo máximo de bienestar individual y colectivo en cada país, sin importar los costos que cada generación habrá de pagar en el planeta.

Sostener es más que sujetar, y esa no es la acepción que queremos utilizar en esta exposición, porque si algo ha demostrado la cultura a través de la historia es que es imposible sujetarla, por ello se disemina, mezcla y reflorece como las culturas.

³ Véase *Le Monde diplomatique* (# 23), versión en español, mayo de 2004. pp. 38-39.

Sostener puede ser “mantener”, otro sinónimo mal habido en la comprensión de la cultura, porque su acepción ha sido considerada desde las lógicas del mecenazgo y el mercado y no desde las sociedades que son las mantenedoras de la cultura. Sostener es también proteger, es también soportar.

¿De qué depende la sostenibilidad? ¿De qué depende la cultura? De lo que queremos hacer de nosotros mismos con los imponderables que marcan azares sociales cuando todo ha sido improvisación. Lo que ha caracterizado al mundo es el lenguaje de la improvisación. Y eso le dificulta hablar de sostenibilidad.

Las interpretaciones que de ello se tienen son mezclas de las formas como están organizadas nuestras vidas, de los estudios académicos y de la información que fluye en los medios de comunicación, hoy al alcance de las urbes y el campo. Pero, ¿qué es sostenibilidad? ¿A qué apunta cuando lo que menos nos interesa es sostener el equilibrio entre lo que vivo y lo que dejo? Aquí hay interrogantes que me obligan a afinar lo que se quiere decir con respecto a las interpretaciones o definiciones, y que además tengan un sentido práctico. Se dice que la sostenibilidad pasa por el reconocimiento institucional de lo que ella representa.

La sostenibilidad no puede ser entendida como algo en sí misma, sino en relación con su entorno y su contexto, con las culturas y los desiguales e inequitativos desarrollos socioeconómicos de cada país como modos de vida, y no a la manera mezquina de mantenimiento de empresas, egoísmos, exclusiones y privilegios cuya sostenibilidad degrada la calidad de vida y sesga las oportunidades del disfrute.

Transcurrieron muy pocos años desde el informe Brundtland de 1987 para que se tomara nota a través de la iniciativa de diversas empresas acerca de la importancia del desarrollo sostenible. Sin embargo, una rápida e incompleta revisión del estado del arte permite afirmar que la sostenibilidad ha estado reducida a la visión de crecimiento económico con el menor daño posible sobre el medio ambiente, pero no aparecen análisis sobre el papel de la cultura en ese proceso de la sostenibilidad del desarrollo y mucho menos de la cultura misma.

Haber conocido la biodiversidad del San José del Guaviare colombiano hace un par de años me provoca un sentimiento de contradicción acerca de lo

que es sostenibilidad, y mucho más me inquieta el sentido de la cultura por aquello de lo que somos o pretendemos ser desde las lógicas urbanas o de las lógicas rurales que nos establecen condiciones distintas de relación con el entorno o la naturaleza. Surgen interrogantes sobre el sostenimiento de la naturaleza, el sostenimiento del ser humano y su reproducción, el sostenimiento de modos y modelos de desarrollo que garanticen reproducción y rentabilidad social, económica, política y cultural, individual y colectiva. Se agitan enfoques que pretenden demostrar que sostenibilidad no puede ser entendida por fuera de pluralismos y objetivación de los productos puramente físicos. ¿Qué hacemos con la sostenibilidad de las espiritualidades que dan sentido a los objetos? ¿Qué hacemos con los intangibles? ¿Acaso sólo se trata de la continuidad y usufructo de bienes y servicios presentes, replicados a futuro?

Me atrevería a decir que sostenibilidad es un término o concepto posmoderno que se aplica a los análisis que expresan cierto desencanto y auto-crítica a los crecimientos y desarrollos destructores que ahora pugnan por humanizar la destrucción, porque la formación ha estado encaminada a propiciar exclusividades en busca de la felicidad mediante la liberación de las pasiones que para cada momento histórico han ocupado los centros del que-hacer humano.

Hablar de sostenibilidad como gestión cultural es un despropósito si no se miran las exclusiones, si no se asume con pretensiones de inclusión para desatar la nostalgia por materializar los proyectos no realizados por individuos y núcleos sociales. Las culturas son tan diversas como las naturalezas, aunque hablemos de los elementos primarios que nos componen: tierra, agua, fuego, aire. Sostenibilidad cultural conlleva la equilibrada gestión de la biosfera.

Inmersos en lo eventual y efímero, es necesario reconocer y compartir en medio de globalidades los microclimas culturales sin desencuentros ni destrucción. Es una ilusión válida. Sólo aprendemos y aprehendemos cuando mezclamos y adaptamos y no cuando adoptamos mecánicamente los modelos de vida en nuestro migrar o emigrar transitoria o definitivamente de los lugares del mundo para buscar un lugar en el mundo.

La sostenibilidad cultural tiene directa relación con la voluntad política, con la responsabilidad social de todos los agentes o estamentos que intervienen en la sociedad, el Estado, la sociedad civil y el sector privado.

LA LEGITIMIDAD INSTITUCIONAL BASE DE LA SOSTENIBILIDAD DE LA CULTURA

Hablamos de sostenibilidad política, sostenibilidad económica, sostenibilidad social, pero poco de sostenibilidad cultural, porque ha sido vista y aplicada simplemente desde esquemas unidimensionales de control identitario, económico, social y político. Es decir, la cultura desde el control y la imposición. Por supuesto, sin demeritar la experimentación y libertad alcanzada que atraviesa todas las gamas, desde la practicada en los círculos de la miseria, pasando por todos los espectros posibles, hasta llegar a los límites actuales de la opulencia, la exclusión y la inequidad. Esto tiene que ver con los roles organizacionales adoptados y adaptados para producir y para vivir.

EL ÁMBITO PÚBLICO PARA LA LEGITIMIDAD INSTITUCIONAL

Hablar de legitimidad institucional en el ámbito público, “el Estado no puede ser la junta directiva del capital ni del mercado”, va más allá de considerarla sinónimo de lo estatal (por lo menos eso es lo que se considera discursivamente), porque lo estatal es un escenario que representa el poder y la disputa de hegemonías locales, regionales, nacionales, internacionales, y ahora globales. Es una delegación de lo público, de lo de todos, cuando en la práctica se convierte en un mercado de concertaciones entre grupos y castas económicas, sociales y políticas que pugnan y se asumen como gobierno u organismos supranacionales rectores. Entonces: ¿Qué representa actualmente la legitimidad institucional desde el ámbito estatal en la sociedad y su intervención para la sostenibilidad cultural en particular? Podríamos decir: representa la redistribución de bienes simbólicos y materiales de manera desproporcionada, cuya lógica no alcanza a cohesionar a la sociedad por los efectos que producen las olas comunicacionales, económicas y tecnológicas de la globalización económica y política, en suma contenidas en las diversas culturas, que dinamizan o

estancan, orientan o desvían, influyen o desamparan los procesos y fusiones culturales en ese trasegar que seguimos llamando desarrollo socioeconómico y cultural.

Generalmente la intervención desde el Estado opera a la zaga y es superada por los acontecimientos sociales. No pocas veces es asumida con evasiones para legitimar, fomentar y promover las creaciones culturales pasadas y presentes como insumos vitales de esa búsqueda incansable e insaciable de la utópica felicidad. No por ello deja de ser importante y fundamental como uno de los agentes de la sostenibilidad cultural. La pregunta es: ¿Su intervención es capaz de convocar y comprometer intereses disímiles en un hogar público? De pronto hay confusiones porque se asume como agente de gobierno y no de Estado. Y este es un error grave como estructura, como grupo de poder para generar reconocimiento o legitimidad institucional y no reducción de lo estatal a vana representación. Es la confusión entre lo público, lo estatal y lo de gobierno.

“El Estado es el hecho cultural más importante de la creación humana porque es una ideación de la cultura.” Eso dijo Belisario Betancourt, presidente de Colombia en 1990. Se discutían los contenidos de una Constituyente⁴ desde el punto de vista de la cultura y lo que representaba para la reconstrucción de un Estado y por ende de una sociedad en un tiempo histórico. Ya se hablaba de la nueva globalización con todos los conflictos locales, regionales y nacionales que acompañan los maltrechos caminos de modernización sin entender los distintos ritmos socioeconómicos, políticos y culturales que acompañan a nuestros países.

Aún se afirma que el Estado es la máxima expresión de la racionalidad del desarrollo que conjuga todos los intereses. Entonces, ¿cómo se explica que esté sesgado a la funcionalidad de un sistema y de intereses que no representan una calidad de vida para todos y mucho menos la legitimidad de la expresión de todos los sentires y necesidades, las cuales apenas perciben tecnocráticamente los funcionarios de alto nivel que tienen capacidad de influencia en las decisiones y ejecuciones de las políticas?

No hay armonía de intervención. Más bien, somos naciones balbuceantes con mezcla de actualizaciones que todos los días copian lógicas privadas,

⁴ Véase Colcultura, *Foro sobre cultura y Constituyente*, Colcultura / Editorial Escala, Santa Fe de Bogotá, 1990.

mientras contribuyen a estigmatizar ideológicamente lo comunitario. ¿Será que hablar de Estado supone deslindar campos, porque se afirma que no representa tan solo lo privado, sino lo social y lo común? ¿No será más bien que habiendo sesgado los ámbitos hacia las cúpulas del poder económico y político, le es imposible asumir la representatividad de toda la sociedad? En este momento es cuando cobra fuerza un discurso del hogar público para que todos los responsables sociales asuman la construcción real de una legitimidad institucional con sus diferencias económicas, sociales, políticas y por ende culturales.

A propósito de lo anterior, vale la pena mencionar nueve puntos, planteados por Juan Luis Mejía⁵ para una agenda estatal de la gestión cultural en torno a las industrias culturales. Son un buen preámbulo para pensar y *armar* procesos hacia un *hogar público* en los países iberoamericanos:

1. Apoyar el diseño de estadísticas de las industrias culturales que permitan observar sus impactos para precisar con visibilidad la importancia de cada industria y los empleos que genera el sector cultural.
2. Estudiar con detenimiento y corregir las inequidades de la circulación y distribución de los productos culturales. Actualmente es concentrada y por eso el incremento de la piratería. En lo internacional, en cuanto a estos dos aspectos, hay que potenciar la presencia del país en donde se discute, entre otros temas, la libre circulación. Es decir, hay que hacer mayor presencia en el GATT, en el NAFTA, en la ALADI, en el Pacto Andino, en el Mercosur. En lo local hay que facultar al municipio para manejar el impuesto de industria y comercio del sector.
3. Estimular el área de la producción de bienes y servicios culturales.
4. Generar una integración entre las políticas públicas y el mercado.
5. Generar una seguridad jurídica que garantice protección a los derechos de autor.
6. Diversificar la docencia y la formación variando el enfoque de formación sólo en función de entidades e incorporar la diversa gama de especialidades que tienen las industrias culturales.

⁵ Intervención de Juan Luis Mejía, ex-ministro de Cultura de Colombia, en el *III Diálogo Mayor: gestión, mercados e industrias culturales*, Universidad del Rosario, Especialización en Gerencia y Gestión Cultural, Facultad de Filosofía y Humanidades, Mayo 13 y 14 de 1999. Bogotá, D.C., Colombia.

7. Transformar el papel del sector educativo en la formación de los consumidores, para que los consumidores sean lectores críticos de los lenguajes escritos y audiovisuales.

8. Diseñar procesos y estrategias que rompan la unidireccionalidad en los productos culturales.

9. Intervenir en la globalización ascendente, es decir, generar y aprovechar las oportunidades para propiciar y participar con la producción cultural local hacia otros mercados y latitudes.

Resalta también la reciente Declaración de la Agenda 21 de la Cultura: un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural, aprobada por ciudades y gobiernos locales del mundo en el Forum de las Culturas 2004, el pasado mes de mayo en Barcelona, la cual propone un vasto programa de temas clave y acciones sobre:

- *Cultura y convivencia.* Temas clave: los valores, los bienes públicos, los derechos culturales, nuevas fragmentaciones sociales, la participación ciudadana, la inclusión social, la lucha contra la pobreza, el papel de la comunidad, las migraciones, la identidad y la diversidad.
- *La creación y las artes.* Temas clave: libertad de expresión artística, fomento a la creatividad, investigación, derechos de autor, sectores de la cultura, nueva cultura digital, redes, financiación.
- *El patrimonio.* Temas clave: la protección y promoción del patrimonio, los ecosistemas culturales frágiles (áreas periféricas, zonas rurales, etc.), el patrimonio etnológico, los espacios públicos, el urbanismo y la cultura.
- *El acceso a la cultura, la democratización del saber.* Temas clave: centros de proximidad (bibliotecas, casas de la cultura, etc.), el acceso a la cultura digital, la educación, los medios de comunicación, estrategias educativas para los centros culturales.
- *El fortalecimiento de los agentes culturales.* Temas clave: las asociaciones culturales y artísticas, los movimientos sociales, las organizaciones no gubernamentales, los grupos sociales y culturales no formales, las universidades, los gobiernos locales, los gobiernos estatales, los medios de comunicación, las industrias culturales.

- *Los medios de ejecución de la Agenda 21.* Temas clave: los indicadores culturales cuantitativos (consumo cultural, estándares de infraestructura, etc.) y cualitativos (clima cultural, interculturalidad, respeto a los derechos culturales, uso del espacio público, etc.), la creación de procesos de redacción y puesta en marcha de agendas específicas.⁶

La profundización de la democracia para sacarla de la insignificancia en que está sumida y asumida,⁷ requiere también del concurso de la intervención y sostenibilidad cultural para una participación más activa en el fomento y promoción de la creación, producción, distribución, circulación y consumo de bienes simbólicos y productos culturales como bienes sociales y no como simple público o audiencias del espectáculo.

Los gestores culturales, como unos más entre los tantos tejedores de entramado social, necesitan aferrarse a la creación de procesos de socialidad y no simplemente al desempeño institucional en la sociedad, para contribuir a la generación de “los nuevos modos de estar juntos”.⁸ Socialidad es la sociedad haciéndose. Las “instituciones son la sociedad hecha. Necesitamos instituciones, necesitamos que cierta parte de la sociedad esté hecha, esté constituida, pero necesitamos más que de instituciones, de socialidades, es decir modos de agrupamiento que recojan los nuevos modos de estar juntos, los nuevos modos de convocar, a quién convocan hoy los políticos, a quién hablan, con quién hablan los políticos.”⁹

MÁS QUE LO ESTATAL Y LO PRIVADO. LA RECONFIGURACIÓN DE LO PÚBLICO

Los sistemas sociales en Iberoamérica son modelos que reproducen desigualdad y segregación social, y con los impactos inicuos de la globalización tales sistemas destruyen aún más el tejido social. Es por ello que dentro de las agendas estatales cobra importancia la sostenibilidad cultural como un ejercicio de reconstrucción del tejido social con un sentido de bien público.

Hay que cambiar y empezar a concebir la sostenibilidad cultural como espacio de negociación de intereses públicos o intereses colectivos mínimos de lo estatal, lo privado y lo mal llamado comunitario,¹⁰ para que quepa lo artesa-

⁶ Véase Jordi Martí, *La Agenda 21 de la cultura: una propuesta de las ciudades para el desarrollo cultural*, en www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric04a07.htm

⁷ Jesús Martín Barbero citando a Manuel Antonio Garretón en la Conferencia “Las mediaciones de los medios en la construcción de ciudadanía”, Bogotá, 1998.

⁸ Martín Barbero, citando a Turén en la conferencia “Las mediaciones de los medios en la construcción de ciudadanía”, Bogotá, 1998.

⁹ Martín Barbero en la conferencia “Las mediaciones de los medios en la construcción de ciudadanía”, Bogotá, 1998.

¹⁰ Lo “comunitario” ha sido estigmatizado e identificado como lo “miserable”. A la pregunta: ¿Usted trabaja con comunidades?, se relaciona inmediatamente con pobreza y se le ideologiza como “subversión”. Se pierde entonces la dimensión de integralidad, de socialidad. Lo comunitario debería ser puente desde distintas esferas y condiciones para dialogizar conocimientos, saberes y experiencias. Lo comunitario no es un problema de estratos, es de clases y, más que eso, de sociedades.

nal e industrial como creadores de productos, bienes y servicios culturales que genera la sociedad para su presente y su futuro.

¿Cómo concertar entre lo privado y lo público los disímiles intereses para intervenir y contribuir en la construcción de sociedad desde la sostenibilidad cultural?

Lo privado está viciado de miradas puramente monetarias, de generación de lucro y apropiación de utilidades porque ha reducido su justificación de la responsabilidad social a la generación de empleo, insuficiente por demás. Su discurso operante es egoísta. No sólo obtiene rentabilidad económica densamente concentrada y sin retribuir parte de sus utilidades socialmente, sino que construye y disemina referentes simbólicos asociados a un precario y cortoplacista modelo de satisfacciones y deseos que diluyen y despilfarran las posibilidades de un sistema económico, social, político y cultural más integral, digno y humano que incrementen el “capital social local y global”, si así se le puede llamar a una calidad de vida más colectiva y diversa.

La sostenibilidad cultural desde el ámbito privado tiene también el reto de mediar para trastocar ese reduccionismo conceptual y operante de la responsabilidad social y acercar las distantes lógicas con lo estatal y la sociedad civil. El siguiente cuadro de Alfons Martinell resume las lógicas operantes:

Lógicas de la gestión cultural

Estatal	Asociativa	Privada
Un territorio administrativo	Un espacio territorial amplio	Un ámbito de acción sin límite territorial
Un marco legal	Una voluntad	Un interés
Unas competencias ineludibles	Una organización propia y participativa	Una organización centrada en la rentabilidad
Un servicio público	Un campo de acción	Un producto o servicio retribuido
Una representación temporal	Unos valores asociativos	Una adecuación al mercado

Una relación administrador-administrado	Una relación asociación-asociado	Una relación empresa-cliente
Un modelo de gestión público muy controlado socialmente	Un modelo de gestión delegado y participativo	Un modelo de gestión privada y reservada
Lógica pública	Lógica pública/privada	Lógica privada

FUENTE: Alfons Martinell, *Políticas culturales territoriales*, U. Rosario, Bogotá, 1996.

La Conferencia Intergubernamental de la UNESCO sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, celebrada en Estocolmo en abril de 1998, tituló a su plan de acción *El poder de la cultura*, denominación que hace presente la magnitud de las tareas que deben emprender los estados y las sociedades para empoderar la cultura en los desafíos creativos y como fuente del progreso humano. Ese empoderamiento, como lo señala el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo,¹¹

supone la coparticipación del poder o la capacidad de influir en él. Este proceso tiene dos dimensiones: el Estado y la sociedad. En lo que se refiere al Estado se trata de saber si las instituciones públicas permiten que se tomen en cuenta de forma equilibrada los diversos intereses que existen en el seno de la sociedad. En la dimensión social, el empoderamiento supone el acceso a una pluralidad de fuentes de información, así como a canales de expresión, representación y reparación de situaciones injustas. No hay un modelo único institucional que pueda producir resultados semejantes en sociedades históricas y culturalmente diferentes, sino a un amplio abanico de instituciones que determinan la expresión de los derechos de los ciudadanos en cada sociedad... la capacidad de las personas para elegir entre opciones más amplias mediante la participación directa en los procesos de toma de decisiones o influyendo sobre quienes tienen el poder de decidir.¹²

Se trata de la unión de fuerzas constructivas que iluminen la sostenibilidad cultural para un destino mejor y común.

La gestión, los mercados y las industrias culturales¹³ como ámbitos públicos y privados, se han convertido en asuntos obligantes de las agendas de los

¹¹ Véase UNESCO, *Nuestra Diversidad Creativa*, Ediciones UNESCO / Fundación Santa María, Madrid, 1997.

¹² UNESCO, *Op.Cit.*, pp. 62-65.

¹³ La crítica radical levantada por Adorno en 1947, cuando acuñó el término de "industria de la cultura" para significar el sentido de arte inferior al entretenimiento buscando establecer el "fracaso de la cultura" debido la transferencia del arte a la esfera de la sociedad de consumo, hace muchos días que fue superada. No se trata de demeritar sus concepciones: por el contrario, se trata de reconocer que gracias a sus polémicas reflexiones sobre el tema, hoy por hoy es objeto de referencia obligada.

gobiernos. Lo demuestra la reunión del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) celebrada en París en mayo de 1999, en el marco de la Decimocuarta Reunión Anual de la Asamblea de Gobernadores, al incluir como tema específico para los análisis de inversión lo referente a las industrias culturales, mercados y gestión en la globalización y su impacto en el proceso de desarrollo e integración de América Latina y el Caribe.

El desempleo es uno de los problemas latentes más graves de la existencia social, económica, política y cultural en Iberoamérica, no sólo en nuestros países “subdesarrollados”, sino también en los más “globalizados”. El desempleo es la enfermedad más grave del sistema actual, como dijera Galbraith, Daniel Bell o Krugman, o incluso Drucker. Entonces, ¿cómo hablar de desarrollo socioeconómico y cultural en condiciones de sostenibilidad y de todos los ingredientes que los configuran como sistema o subsistema que genera productos y bienes simbólicos que circulan interna y externamente en cada país, con muchas desigualdades en su creación, producción, distribución, circulación y consumo, para que podamos descubrir un perfil de sostenibilidad en los ámbitos público, privado y comunitario, que sea conceptual, operante, solidario, pertinente y legitimado en su participación con beneficios culturales, socioeconómicos y políticos para lo local, lo regional, lo nacional, lo internacional, lo mundial y lo global?

Con este interrogante quiero reiterar, para reflexiones posteriores, una de las posibles “utopías” ante el derrumbe de aquellas totalitarias, autoritarias, ideologizantes, liberales y neoliberales: el “hogar público”, término retomado en 1976 por Daniel Bell¹⁴ para hacer alusión a algo que está más allá de la común consideración que equipara, confunde y reduce lo público con el Estado. Es indudable que, para hablar de “hogar público” requerimos construir una filosofía con el fin de tener un credo que involucre a todos los actores sociales. Insisto: el gran dilema, es, ¿cómo congeniar los intereses estatales, privados y comunitarios? Quizás con una sostenibilidad cultural integral, de diversidad, de equidad, de fusiones y de convivencia con la economía, la política y lo social, sea posible hacer probable el escenario de confluencia, el hogar público.

¹⁴ Sociólogo norteamericano que retoma el término de los economistas-sociólogos alemanes y austriacos, quienes usaron el *Hogar Público* en el decenio de 1920 para abordar los problemas de las finanzas del Estado, considerando que “la economía estatal es esencialmente una economía de gastos comunes”. Véase Daniel Bell, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza editorial, Madrid, 3ª edición, 1989, p. 209.

He aquí el reto de la legitimidad institucional en los ámbitos estatal, privado y comunitario para una sostenibilidad de la cultura.

EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y LA SOSTENIBILIDAD DE LAS CULTURAS

En América Latina existe incompreensión sobre las manifestaciones y relaciones entre premodernismo, modernismo, posmodernismo, globalización, mundialización, nacionalismo, regionalismo y localismo. Aún somos atípicos a los ritmos trepidantes y vertiginosos de los países agrupados en el combo del famoso Grupo de los 7. ¿Será que lo feudal aún nos acompaña? La ciudad no es feudal, pero las formaciones sociales guardan rezagos no sólo en el campo, y las relaciones transnacionales han traspasado todo momento de racionalidad cotidiana que apenas se percibe y asume frente a la pantalla de un televisor o con un radio, sin estar presente en Singapur o en la bolsa de New York, pero sintiendo sus embates económicos y sociales a nuestra manera.

Nuestros países fragmentados siempre por los acumulados centralismos combinan un desarrollo de ciudades desiguales que contrastan con sectores rurales en donde el atisbo de adelantos se expresa en las fisuras que logran los medios de comunicación y, por supuesto, las relaciones de mercado, que han penetrado y acondicionado formas de producción de corte pauperizador, como los minifundios que ni siquiera alcanzan una economía de subsistencia.

El ser social mismo, como cultura que es, con el desarrollo económico ha cultivado, enriquecido, destruido, transformado, desbordado y violado los sistemas de vida, las instituciones y todo esquema preestablecido de su cultura en nombre del desarrollo. La consideración del desarrollo o de la economía como un problema de “factores” nos ha llevado a fragmentar y priorizar los “mismos factores” olvidando que

los problemas sociales y económicos son indivisibles. Es posible ofrecer un análisis “puramente” económico, sociológico, político, etc., de un fenómeno socio-económico dado, pero es imposible sugerir soluciones “puramente” económicas, etc., a problemas sociales reales.¹⁵

¹⁵ Véase H. Katouzian, *Ideología y método en economía*, H. Blume Ediciones, Madrid, 1982.

La conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de 1982, en su documento final de recomendaciones, llamó la atención sobre la importancia de comprender el desarrollo como una integración de diversos factores y cuyo fin no es el mero crecimiento económico. Por ello es preciso tener presente que los seres humanos deben establecer interacción con el medio ambiente a partir de valores y principios compatibles. Esos valores y principios son justamente las culturas, las cuales nutren y dan cuerpo al desarrollo socioeconómico.¹⁶ De esta manera encontramos unos primeros elementos que nos aproximan a la transversalidad y sostenibilidad de la cultura como parte inmersa del mejoramiento de la vida humana, hecho olvidado en los modelos de desarrollo aplicados hasta ese momento.

Otro elemento a destacar de estas recomendaciones es el sentido ético que debe tener el desarrollo mundial, y por ello desde allí se convocó al Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural. Claro está que estos llamados de atención no han comprometido a los estados, quienes se quedaron haciendo alusión a las recomendaciones según su juego de intereses.

En 1987, a cinco años de Mundiacult, aparece el importante informe Brundtland que se convierte en eje de la discusión al acuñar el término de “desarrollo sostenible”, el cual define al desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”.¹⁷ Esta definición es señalada de incompleta porque expresa el deseo de hacer sostenible el actual desarrollo socioeconómico en vez de buscar soluciones ecológicas alternativas, es decir, repensar la economía desde el medio ambiente.¹⁸ Sin embargo, se reconoce que el principal mérito del informe consiste en establecer un “análisis de las interrelaciones y mecanismos de causación recíproca entre despilfarro en el Norte del planeta, pobreza en el Sur y destrucción de la biosfera”.¹⁹

Otro mérito del informe es que

por encima del nivel de subsistencia, las necesidades a satisfacer son establecidas por la evolución cultural y por el conflicto político. Así pues, el estudio de los procesos a través de los cuales son construidas socialmente las necesidades es al menos tan necesario como el de aquellos a través de las cuales son satisfechas, con

¹⁶ Véase UNESCO, *Informe Final de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*, UNESCO, Ciudad de México, 1982. pp. 75-79.

¹⁷ Informe *Nuestro Futuro Común* de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987), conocido como el Informe Brundtland, citado en UNESCO, *Op. Cit.*, p. 139.

¹⁸ Véase Riechmann, Jorge, *et al*, *De la economía a la ecología*, Editorial Trotta / Fundación 1º de Mayo (Colección Estructuras y procesos), Madrid, 1995.

¹⁹ *Ibid*, p. 12.

bienes y servicios producidos por la economía o con funciones medioambientales útiles no producidas y en general no producibles.²⁰

El informe para el caso que nos ocupa tiene entre otros los siguientes ingredientes:

1. El principal objetivo del desarrollo es la satisfacción de las necesidades y aspiraciones humanas.
2. El modo en que se satisfacen las necesidades y aspiraciones humanas por medio del desarrollo está sometido, entre otras, a dos tipos de restricciones: restricciones ecológicas y restricciones morales.

Los niveles de vida que trascienden el mínimo básico son sostenibles si los niveles de consumo tienen en cuenta en todas partes la sostenibilidad a largo plazo. Pero muchos de nosotros vivimos por encima de los medios ecológicamente aceptables, por ejemplo en cuanto hace al uso de energía. Las necesidades conocidas están determinadas social y culturalmente, y el desarrollo sostenible requiere la promoción de valores que alienten niveles de consumo que permanezcan dentro de los límites de lo ecológicamente posible y a los que todos puedan aspirar razonablemente.²¹

[Podríamos] concluir, en definitiva, que, según el informe Brundtland, desarrollo sostenible es un proceso socio-político y económico cuyo objetivo es la satisfacción de las necesidades y aspiraciones humanas cualificado por dos tipos de constricciones: ecológicas (porque existen límites últimos en nuestra biosfera finita) y morales (porque no ha de dañarse la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades). Para la consecución del desarrollo sostenible se requiere, como mínimo, el crecimiento económico en los lugares donde no se satisfacen las necesidades básicas, el control consciente de la demografía y un uso lo más austero posible de los recursos no renovables.²²

La determinación de las necesidades con base en lo cultural hace presente la imposibilidad de concebir el desarrollo socioeconómico por fuera de las culturas, en tanto son éstas las que le dan carta de existencia y legitimidad, es decir, son el terreno de disputas o luchas entre hegemonías, las que consideran a la cultura como un instrumento para el desarrollo y por ende pugnan por un “crecimiento socioeconómico sin alma”, y las que toman en cuenta el

²⁰ *Ibid.*, p. 15.

²¹ *Ibidem.*

²² *Ibid.*, pp. 18-19.

desarrollo económico como parte de las culturas, en donde hay diferencias en sus modelos y aplicaciones como las culturas mismas.

La aparición del informe Brundtland puso en evidencia mundial el cuestionamiento que en los años setenta se había iniciado contra el antropocentrismo que consideró al ser humano como el eje de todo, principio y fin de logros y control de la naturaleza, sin tener en cuenta que existen otras especies que al lado de los humanos pueblan el mundo.²³ La crisis de este antropocentrismo refleja la crisis de los modelos de crecimiento económico y la crisis del pensamiento occidental, que de hecho es una crisis cultural, porque su sostenibilidad está condicionada al entorno en que vive y a la existencia de las otras especies, lo que lo lleva a reconsiderar las bases del desarrollo que no están definidas por la simple capacidad productiva y de consumo.

La Cumbre de la Tierra, organizada por las Naciones Unidas en Río de Janeiro en 1992, generó grandes expectativas: los gobiernos del mundo hicieron público su interés por la sostenibilidad del planeta y suscribieron importantes convenios multilaterales; la sociedad civil, ambientalistas, empresarios y ciudadanos de todas partes del planeta se hicieron presentes para reforzar y apoyar esos compromisos. [... Nuestras preocupaciones] deben traducirse en lograr que los ciudadanos del mundo respiremos un mejor aire, que tengamos acceso a agua potable, que nuestros ecosistemas mantengan su capacidad de regeneración, y muy particularmente, que los sistemas de producción y consumo de bienes y servicios sean cada vez más adecuados a las capacidades del entorno natural.²⁴

A pocos meses de la Cumbre de la Tierra, más conocida como la Cumbre de Río de Janeiro en 1992 se señala en un texto:

El desarrollo sostenible es un concepto nuevo, una visión lúcida del desarrollo para nuestro planeta. Esta visión encierra en sí objetivos económicos, sociales y ecológicos y se propone contribuir al mejoramiento de las expectativas de vida de las generaciones actuales y futuras. Es de especial importancia destacar que dicha visión ofrece nuevas y mejores posibilidades de desarrollo a los países no industrializados.²⁵

²³ *Ibid*, Pg. 13.

²⁴ Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (Cecodes), *Cambiando en Rumbo*, Cecodes, Santa Fe de Bogotá, 1997, p. 9.

²⁵ Véase Sthephan Schmidheiny, "Prefacio", en Ernest Brugger, y Lizano, Eduardo (Eds.), *Ecoeficiencia: la visión empresarial para el desarrollo sostenible en América Latina*, Editorial Oveja Negra, Bogotá, D.C., 1992.

Esa apreciación expresa avances en las diversas concepciones del desarrollo que hace muchos años han llamado la atención sobre el deterioro del medio ambiente y los marcadamente inequitativos aprovechamientos sociales y económicos en el mundo, debido a los fundamentos y realizaciones de los modelos de crecimiento económico aplicados en los países desarrollados y no desarrollados del planeta. Sin embargo, en América Latina aún estamos lejos de que el empresariado asuma en su magnitud el sentido de lo cultural como eje y determinante del desarrollo. La sola construcción de los indicadores de sostenibilidad en 1996, según el Comité Inter-Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CIEDES), así lo demuestra, y se reduce a:

- **Desempeño económico**

Aporte al PIB Nacional

- **Indicadores sociales**

Productividad laboral = Aporte al PIB / Número de empleos directos.

Inversión social por empleado = adicional a salarios.

Índice de lesiones inhabilitantes.

Inversión social en beneficio de la comunidad (mejoramiento de las condiciones del entorno social, ambiental o cultural).

- **Indicadores de ecoeficiencia**

Agua: Consumo de agua por unidad de producto.

Aporte al PIB nacional por uso del agua.

Energía: Energía utilizada por unidad de producto.

Aporte al PIB nacional por uso de energía.

- **Residuos al suelo, al agua y al aire**

Residuos sólidos a disposición final por unidad de producto.

Sólidos suspendidos totales por unidad de producto.

Partículas al aire por unidad de producto.

- **Dimensiones de ecoeficiencia:**

1. Reducción o sustitución del consumo de materias primas e insumos.
2. Reducción en el consumo de energía.
3. Eliminación de riesgos e impactos ambientales y para la salud.

4. Reutilización y reciclaje.
5. Uso sostenible de recursos naturales.
6. Mejoramiento de la calidad, durabilidad y funcionalidad del producto.

En uno de sus documentos agregan que

El desarrollo sostenible será más factible y se conseguirá al menor costo para la economía en aquellas sociedades donde haya los mayores niveles de confianza y otras formas de capital social. La credibilidad y confiabilidad de la información ofrecida por el sector privado y por el gobierno son esenciales para crear, conservar, invertir efectivamente o perder el capital social en cualquier sociedad. [...] La preocupación por la sostenibilidad es una forma relativamente nueva de mirar el proceso de producción de bienes y servicios, y estamos firmemente convencidos de que debemos educar a los líderes y empresarios del futuro con la idea de que las empresas colombianas pueden ser responsables y rentables.²⁶

A MODO DE EPÍLOGO

Existe un acumulado en las expresiones culturales y artísticas que, para explicarlo de alguna manera, va desde la arepa paisa, el taco mexicano, los sonidos bucales y del cuerpo hasta los sintetizadores más sofisticados de la electroacústica; desde las pinturas rupestres de Altamira, las pirámides aztecas de Teotihuacán y los petroglifos de las piedras del Guaviare colombiano, hasta las instalaciones efímeras que elaboran nuestros artistas y que requieren de sostenibilidad para el disfrute de las generaciones actuales y futuras.

Algunas pistas que pueden contribuir a precisar la relación transversal de la cultura y el desarrollo socioeconómico para la sostenibilidad, son las señaladas en el Informe Final de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, tales como:

1. El papel de la cultura no se reduce a ser un medio para alcanzar fines pese a que, en el sentido restringido del concepto, ese es uno de sus papeles, sino que constituye la base social de los fines mismos. El desarrollo y la economía forman parte de la cultura de los pueblos.

²⁶ El Cecodes agrupa 35 empresas y dos gremios pertenecientes a las áreas de minería, petróleo, agroindustria, manufactura, construcción, comercio, banca y seguros, y es el capítulo colombiano del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) que agrupa a más de 120 compañías internacionales ubicadas en 34 países que representan más de 20 grandes sectores industriales. Véase Cecodes, *Op. Cit.*, p. 13.

2. Cualquier intento destinado a comprender las cuestiones que plantean el desarrollo y la modernización debe centrarse tanto en los valores culturales como en las ciencias sociales. En un sentido más restringido del que acabamos de dar al término, la cultura (los valores, símbolos, rituales e instituciones de una sociedad) incide sobre las decisiones y los resultados económicos. Las actividades económicas pueden debilitar o reforzar diversos aspectos de una cultura. El desarrollo económico combinado con una cultura decadente, atrofiada, opresiva y cruel está condenado al fracaso.²⁷
3. La esperanza de sostenibilidad reside precisamente en la capacidad inventiva y creativa de los seres humanos.²⁸
4. Hay que mantener intacto el capital físico que produce un flujo de ingresos.
5. Hay que mantener, sustituir y hacer crecer el capital humano.
6. Mantener las condiciones físicas del medio ambiente necesarias para el bienestar.
7. Se requiere adaptabilidad a los cambios bruscos y tiempos de crisis y poseer recursos y prácticas flexibles, incluyendo enfoques cognoscitivos que aseguren continuidad frente a un futuro incierto.²⁹
8. Se requiere evitar a las futuras generaciones la carga de las deudas interna y externa.³⁰
9. Se requiere sostenibilidad fiscal, administrativa y política, es decir, credibilidad y aceptación para los ciudadanos.
10. Se requiere capacidad de empoderar a los ciudadanos para manejar sus propios proyectos.
11. La cultura no es un instrumento para sostener el desarrollo. Los valores y las actividades culturales son elementos constitutivos del desarrollo y por ende de la sostenibilidad de la cultura.

La sostenibilidad constituye, por tanto, un problema multidimensional que requiere un comportamiento responsable con relación a las generaciones futuras, no a costa de las contemporáneas, a pesar de que no posean voto ni puedan ejercer presiones directas sobre los responsables políticos.³¹

²⁷ UNESCO, *Op. Cit.*, p. 11.

²⁸ *Ibidem.*

²⁹ UNESCO, *Op. Cit.*, p. 139.

³⁰ UNESCO, *Op. Cit.*, p. 140.

³¹ UNESCO, *Op. Cit.*, p. 139.

Bibliografía

- Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza Editorial, Madrid, 3ª edición, 1989.
- Brugger, Ernest, y Lizano, Eduardo (Eds.), *Ecoeficiencia: la visión empresarial para el desarrollo sostenible en América Latina*, Editorial Oveja Negra, Bogotá, D.C., 1992.
- Brunner, José, *Un espejo trizado*. Ensayos sobre cultura y políticas culturales, FLACSO, Santiago de Chile, 1988.
- Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (Cecodes), *Cambiando el Rumbo*, Cecodes, Bogotá, D.C., 1997.
- Correa, María, y Valencia, Jorge, *El desarrollo sostenible en la economía de América Latina*. Cecodes / CLADEI / Tercer Mundo Editores, Bogotá, D.C., Colombia, 1995.
- Cruz K., Fernando, *La sombrilla planetaria*, Editorial Planeta, Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1994.
- Drucker, Peter, *La sociedad postcapitalista*, Editorial Norma, Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1996.
- Galbraith K., John, *La cultura de la satisfacción*, Ariel Sociedad Económica, Barcelona, 3ª edición, 1992.
- García Canclini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos*, Editorial Grijalbo, México, 1995.
- Guédez, Víctor, *Gerencia, cultura y educación*, Fondo editorial Trópikos / CLACDEC, Caracas, 1995.
- Habermas, Jürgen, *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1986.
- Jaramillo, Jaime, "Pautas para el Estado frente a la cultura", en Colcultura, *Foro sobre cultura y Constituyente*, COLCULTURA / Editorial Escala, Bogotá, 1990.
- Katouzian, Homayun, *Ideología y método en economía*, H. Blume ediciones, Madrid, 1982.
- Licona C. Winston, "El debate internacional sobre las políticas culturales", en revista *Huellas* (#44, Agosto), Universidad del Norte, Barranquilla, 1995.
- Licona C., Winston, *El profesional de la gestión cultural en Iberoamérica en los ámbitos público y privado*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1999.
- Licona C., Winston, *Las políticas culturales en los procesos de cambio*, Tesis doctoral, Praga, 1994.
- Martin Barbero, Jesús, *Horizontes del desarrollo cultural latinoamericano en tiempos de globalización*, ponencia presentada en el *III Congreso Iberoamericano sobre Gestión Cultural*, Medellín, diciembre de 1997, Colombia.
- Martin Barbero, Jesús, *Las mediaciones de los medios en la construcción de ciudadanía*, Bogotá, 1998.
- Martinell, Alfons, *Políticas culturales territoriales*, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Especialización en Gerencia y Gestión Cultural, Santa Fe de Bogotá, 1996.
- Max-Neef, M., "Desarrollo sin sentido", en revista *Número* (#11, Sept-Oct), Bogotá, 1996.
- Nanzer, Angel, *Acción cultural como estrategia de desarrollo*, Editorial Plus Ultra, Buenos Aires, 1988.
- Riechmann, Jorge y et al., *De la economía a la ecología*, Editorial Trotta / Fundación 1º de Mayo, Madrid, 1995.
- Stiglitz, John, Atkinson, A, *Lecciones sobre economía pública*, Ministerio de Economía y Hacienda / Instituto de Estudios Fiscales, Madrid, 1988.
- Subercaseux, Bernardo, *El debate internacional sobre políticas culturales*, CENECA, Santiago de Chile, 1986.
- UNESCO, *Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales para el desarrollo. Informe Final*, Estocolmo, 1998.
- UNESCO, *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales. Informe final*, Ediciones UNESCO, París, 1982.
- UNESCO, *Nuestra Diversidad Creativa. Informe final de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*, Ediciones UNESCO / Fundación Santa María, Madrid, 1997.

POLÍTICAS CULTURALES PÚBLICAS URBANAS EN AMÉRICA LATINA

LILIANA LÓPEZ BORBÓN



Vivir es tener espacio

J. E. Pacheco

Liliana López Borbón es comunicóloga y profesora. El presente ensayo forma parte de su investigación doctoral *Políticas culturales públicas urbanas en América latina*.

En el debate sobre cultura y desarrollo desencadenado en las últimas décadas la problemática urbana se convirtió en un asunto de primer orden toda vez que, después de la migración de los años cincuenta y el crecimiento desmesurado de las urbes latinoamericanas, se suscitaron una serie de cuestiones relacionadas con los procesos de construcción de identidad dentro del ámbito urbano, colocando en primer plano asuntos tales como el desarraigo, la pauperización de las condiciones de vida y hasta una posible pérdida de la identidad (nacional y regional).

En este sentido, buscamos indagar sobre si es posible pensar la ciudad latinoamericana como un territorio para la vida y no sólo como un espacio donde difícilmente transcurre la vida. La matriz modernizadora y sus realizaciones locales, que se reflejan entre otros ámbitos en nuestras ciudades, no sólo muestran una disparidad de formas de habitar y pensar la ciudad, sino también un agudo proceso de exclusión y segregación social, espacial y cultural, que convierten al espacio urbano latinoamericano actual en un territorio del desencanto.¹ En dicho contexto, a medida que el proyecto neoliberal se profundiza, los espacios de habitabilidad quedan en manos del *laisser-faire* y las fuerzas del mercado, mientras el componente estructurante de lo público estatal pierde terreno en un mundo donde se globalizan las élites, se aprende a globalizar las resistencias, y millones quedan fuera del proceso globalizador.²

¹ Sobre la modernidad y sus realizaciones locales, véase R. Ortiz, *Otro territorio*, CAB, Bogotá, 1998. Véase también la revista *Metapolítica* (# 29), México DF, mayo-junio 2003, especialmente la entrevista realizada a Néstor García Canclini, pp. 25-34.

² Sobre el *laisser-faire* y su influencia en el espectro urbano, véase Dupont, Dureau, *et. al*, *Metrópolis en movimiento. Una comparación internacional*, Alfa omega / Fedesarrollo, Bogotá, 2003. Sobre globalización, a Z. Bauman, *La globalización, consecuencias humanas*, FCE, México DF, 1999 (especialmente los capítulos 2 y 3).

Nuestra preocupación consiste en revisar aquellos proyectos urbanos donde la institucionalidad pública de la cultura ha buscado generar vínculos societales que den sentido a la relación entre cultura y política, es decir, si existen esfuerzos y de qué tipo, para construir ciudadanía desde la cultura; nuestra preocupación está relacionada con las posibilidades que existen desde las políticas culturales para contribuir a la democratización de nuestros países y de sus grandes urbes.

LAS POLÍTICAS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA: EL DEBATE POSTERGADO

La cuestión de las políticas culturales lleva implícita una serie de problemáticas de orden epistemológico y metodológico relacionadas con la dificultad que encierra la misma noción de cultura. En América Latina, los debates centrales se inician en los años setenta,³ concentrándose en dos aspectos:

- 1) Una preocupación referida a la transformación de las culturas nacionales con los procesos de modernización, y cómo estos procesos influyen en la configuración de las identidades.
- 2) La intervención política en los espacios donde la cultura se encuentra institucionalizada: las bellas artes, el patrimonio cultural, los medios de comunicación y la democratización de los circuitos culturales.

Son reflexiones que consideran la modernidad de las culturas latinoamericanas como un proceso diferencial y asimétrico, en los que categorías de análisis propias de la modernidad europea, secularización, alienación, individuación, entre otras, no bastaban para explicar las realidades de las mayorías nacionales; asimismo, reconocen que el fortalecimiento de los procesos de democratización puede generarse a partir de la reorientación de las políticas culturales nacionales. Dos asuntos llaman la atención:

- 1) Subrayar el análisis de las culturas urbanas, pero privilegiar las políticas culturales “nacionales”, sin articular asuntos urgentes como los procesos de descentralización política y administrativa que desde fines de los ochenta ocupan las agendas de los estados-nación y de las áreas metropolitanas.

³ Entre algunos de los autores centrales de este debate se encuentran Renato Ortiz y Sergio Miceli (Brasil), José Joaquín Brunner (Chile), Jesús Martín Barbero (España-Colombia), Néstor García Canclini (Argentina-México), Guillermo Bonfil (México), Oscar Landi (Argentina) y más recientemente Eduardo Nivón (México).

⁴ Estos debates encuentran un referente obligado en el trabajo del sociólogo chileno J. J. Brunner (de 1987, 1988 y 1992). Para este autor, así como para la mayoría de quienes reflexionan sobre la problemática, la intervención deliberada en la cultura sólo es posible en el plano macrosocial y público, donde se generan los procesos sociales de elaboración, transmisión y consumo (o reconocimiento) de la cultura, a través de formas relativamente especializadas.

⁵ Véase, entre otros, el "Preámbulo" de la *Declaración de México. Conferencia Mundial sobre las políticas Culturales*, México, UNESCO, 26 de julio-6 de agosto, 1982; *Nuestra diversidad creativa. Informe de la comisión mundial de cultura y desarrollo*, UNESCO, México, 1996; B. Kliksberg y L. Tomassini (Comp.), *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*, BID / FCE, México, 2000; N. García Canclini y C. J. Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, UNESCO/Grijalbo/SELA, 1999; N. García Canclini, *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*, Paidós, México, 2002 (en especial la parte cuatro); J. Martín Barbero, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE, Santiago de Chile, 2002 (en especial el capítulo II de la Segunda Parte); G. Yúdice, *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Gedisa, Barcelona, 2002; y, el artículo de Eduardo Nivón Bolán y Ana Rosas Mantecón, "La política cultural del Gobierno del Distrito Federal 1997-2000. Notas para un balance".

⁶ Sobre globalización hegemónica y contrahegemónica, véase B. De Sousa Santos, *De la mano de Alicia*, Siglo del Hombre Ed./Uniandes, Bogotá, 1998.

⁷ N. García Canclini, *Políticas culturales en América latina*, Grijalbo, México, 1987, p. 26. Una definición muy similar se encuentra en J. J. Brunner, *América Latina: cultura y modernidad*, Grijalbo, México, 1992.

⁸ J. Martín Barbero, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE, Santiago de Chile, 2002, p. 298.

⁹ Esta acepción es la más cercana al concepto de "publicidad" en Kant.

2) Afirmar que los procesos de transición democrática exigían la intervención en los microcircuitos culturales de la vida cotidiana, pero insistir que toda acción sobre ellos es prácticamente imposible.⁴

Actualmente la reflexión sobre políticas culturales ha hecho coincidir su agenda de preocupaciones con la de la UNESCO,⁵ dándole prioridad tanto a la integración regional y a las industrias culturales, como a la importancia que la cultura adquiere en los procesos de desarrollo: una agenda que busca responder a la profundización de las problemáticas que ha dejado la aplicación del modelo neoliberal, como la intensificación de los intercambios comunicativos y culturales del proceso de globalización hegemónica.⁶ Pero quedan aspectos por resolver, si tenemos en cuenta que el campo que se configuró en América Latina sobre las políticas culturales fija, desde mediados de los ochenta, su comprensión como aquella

intervención deliberada que en el campo de la cultura realizan el Estado, las asociaciones civiles, las comunidades y las industrias culturales con el propósito de propiciar algún tipo de consenso, generar desarrollo simbólico o participar en el mercado.⁷

Un primer asunto sobre el que queremos llamar la atención es el verbo que está en juego: *intervenir*. ¿Es posible la intervención cultural? ¿No supone o presupone siempre el campo cultural un proceso de construcción? Aquí prevalece una visión instrumental de la política y de la cultura. Si revisamos el desarrollo del concepto, encontramos un lenguaje que no le otorga a la política el espacio de la construcción de los sentidos públicos, ni de los objetivos y los espacios concretos donde se realizan, y que podrían proveer a la política cultural de lo que Martín Barbero considera central: "su capacidad para representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad".⁸

APROXIMACIONES A LAS POLÍTICAS CULTURALES PÚBLICAS

Nos acercaremos a lo público, sin reducirlo a lo gubernamental, como aquello que puede ser compartido igualmente por todos y, por tanto, comunicado mediante el lenguaje.⁹ En sociedades estructuralmente mediadas, lo público se

genera en especial, aunque no únicamente, en la esfera mediática.¹⁰ Pero el hecho de que los medios masivos de comunicación sean centrales en los procesos de construcción de los sentidos públicos, obligaría a las políticas culturales a generar procesos localizados en el espacio físico.

Una política como la cultural, cuyo eje es la posibilidad de representar el vínculo entre sujetos y el sentido de pertenencia, es también una política comprendida desde lo colectivo. Como señala Bauman:

el arte de la política consiste en hacer libres a los ciudadanos para permitirles establecer, individual y colectivamente, sus propios límites, porque *la libertad individual sólo puede ser producto del trabajo colectivo, sólo puede ser garantizada colectivamente*.¹¹

En este contexto, las políticas culturales públicas no sólo comprenden la ciudadanía y la identidad como procesos inacabados y en permanente producción, sino que —siguiendo a Rorty— se responsabilizan¹² de la construcción de escenarios *políticos* concretos, donde los miembros de una sociedad tienen la capacidad para narrarse a sí mismos una historia acerca del modo en el que las cosas podrían marchar mejor, y construir, colectivamente, los caminos para que esa historia se haga posible. Esta visión posibilita su comprensión como un proceso de construcción pública del sentido de la colectividad, apelando a aquello que la constituye: los discursos de las culturas y su puesta en horizonte social, es decir, los escenarios concretos donde las culturas dirimen sus diferencias y se plantean formas del habitar y del vivir colectivamente.

LAS CIUDADES LATINOAMERICANAS

América Latina es un continente eminentemente urbano. Ya para 1995, de los 478 millones de habitantes, 351 millones viven en áreas urbanas, es decir, 73.4% de su población total.¹³ La región ve emerger el proceso moderno de urbanización desde finales del siglo XIX (pensemos en Buenos Aires, la única ciudad que en 1910 contaba con un millón de habitantes y su primera línea de Metro); logra, en general, una modernización de las élites durante los treinta,

¹⁰ Como afirma Neil Postman, “no vemos la realidad como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura.” Citado en M. Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (vol. 1), Alianza, Madrid, 1999.

¹¹ Véase Z. Bauman, *En busca de la política*, FCE, México, 2002 (especialmente la introducción y el capítulo tres). Las cursivas son del original.

¹² Citado en B. Arditi, “El reverso de la diferencia”, en B. Arditi (Ed.), *El reverso de la diferencia. Identidad y política*, Nueva sociedad, Caracas, 2000, pp. 99-124.

¹³ “Datos consolidados sobre Urbanización y metropolización en América Latina”, en <http://habitat.aq.upm.es/iah/cepal/a003.html>.

que se consolidará en los años cuarenta y cincuenta con el fortalecimiento de los centros de poder nacionales, aumentando así la calidad territorial de las ciudades donde la oferta de trabajo, salud, educación y servicios era no sólo más alta, sino acorde con las expectativas de una naciente clase media —sustento y canal del proyecto modernizador— que requería, para lograr su espacio estabilizador, de los beneficios de la universalización, de la educación primaria, la incipiente industrialización y los primeros medios masivos de comunicación. Este insuficiente panorama en el cual se desarrolla la migración campo-ciudad, en algunos países será acentuado por la miseria del campo o la violencia política.

En los años sesenta el proyecto modernizador sufre los embates políticos de la guerra fría y al compás de la Alianza para el Progreso, la Doctrina de Seguridad Nacional y el intervencionismo norteamericano posrevolución cubana, se inicia la primera oleada de criminalización de los movimientos sociales y populares, así como la exclusión del proyecto de extensas capas de la población, que quedarán relativamente desvinculadas de la modernidad emergente latinoamericana.¹⁴ Con la implantación del modelo neoliberal a comienzos de los años ochenta y la subsecuente desindustrialización y desnacionalización de la industria, las ciudades con deficiencias estructurales de vivienda, salud, educación y servicios generales empezarán a sufrir un proceso de pauperización del espacio físico urbano y presenciarán el crecimiento desproporcionado de los cinturones de miseria.

A finales del siglo XX, América Latina tiene tres ciudades consideradas globales: Ciudad de México, Sao Paulo y Buenos Aires. Esta idea de la ciudad global encuentra sus antecedentes en un artículo que publicara J. Friedmann (una de las piedras de toque del neoliberalismo) en 1986, y que continuó su desarrollo en los textos de Saskia Sassen y Manuel Castells, entre otros. La hipótesis central es que una ciudad puede considerarse como global según el grado de vinculación con el sector financiero mundial y la densidad de dicha vinculación, es decir, una ciudad es global por razones económicas y su relación con la cultura se establece según la influencia que las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación ejercen en el espectro urbano.¹⁵

¹⁴ Sobre el concepto de “modernidad emergente latinoamericana”, véase N. García Canclini, *La globalización imaginada*, Paidós, México, 1999.

¹⁵ Véase J. Friedmann, en *Development and Change* (#17), 1986, pp. 69-84; S. Sassen, en *The Global City: New York, London Tokyo*, Princeton University Press, Princeton, 1991; *Cities in a World Economy*, Thousand Oaks, California, Pine Forge / Sage Press, 1994; M. Castells, *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, (Vols. 1, 2 y 3), Alianza, Madrid, 1999. Una discusión actualizada sobre el tema y sobre el estado del arte, se encuentra en P. Navía, y M. Zimmerman (Coord.), *Las ciudades latinoamericanas en el nuevo (des)orden mundial*, Siglo XXI editores, México, 2004 (particularmente los artículos del capítulo 1).

Como rasgos constitutivos de las grandes ciudades latinoamericanas, encontramos: disminución de la tasa de natalidad, mortalidad y migración; decrecimiento de la población en las áreas centrales; multiplicación de los centros urbanos; una cuota de juventud alta (el 55% de la población tiene menos de 30 años); la mayor calidad tecnológico-instrumental de los países donde se encuentran ubicadas; una clase media que a pesar de estar formada en una cultura política participativa, va perdiendo su función estabilizadora; aumento del sector informal de la economía que rebasa el 40% de los ingresos en casi todas las ciudades, a la par del crecimiento del sector servicios; urbanización de la pobreza a una escala desconocida en las ciudades del Norte; segregación física, cultural y social, así como exclusión de amplios sectores de la población de los beneficios económicos, de infraestructura, políticos y culturales, no digamos de la globalización, sino del truncado proyecto modernizador de los cincuenta.¹⁶

¹⁶ Dupont, Dureau, *et. al.*, *Op. Cit.*, en especial los artículos de Alain Dubresson, "Una puesta en perspectiva comparativa de 19 metrópolis mundiales", pp. XXIII-XXXVI, y de Antonie Haumont, "Las metrópolis de los países desarrollados en la 'transición urbana'", pp. XXXVII-I.

IDENTIDAD CULTURAL

Sigo pensando en ese maravilloso quehacer que llamamos promoción cultural alternativa. Nada nuevo afirmo cuando digo que hay que partir de lo propio, de lo que somos, de lo que hemos sido; partir de lo que podemos, de lo que tenemos; con alegría y con pasión, resistir, curarnos, creernos, querernos, vigilar nuestros afanes protagónicos y las posibles recaídas en luchas estériles por el poder, en las que a veces se convierte la promoción. Hay que estar atentos para revisar nuestros puntos flacos y descubrir nuestros puntos de energía.

La salud, la vivienda, el descanso, la recreación, la alimentación, la reproducción misma, son necesidades universales, pero, en las diversas formas de reconocerlas, de enfrentarlas y de resolverlas se crean culturas diferenciadas. No existe para mí una identidad cultural prefigurada, única, nacional, de las personas y de los pueblos. Hay una búsqueda ontológica constante por diversos caminos, una invención permanente de lo que somos. Por tanto, no se trata de desenterrar nuestra identidad como si fuera un fósil; defenderla y preservarla como un tótem; transmitirla de generación en generación como un conjuro.

Lo que quiero decir es que la llamada identidad cultural no es algo que se tiene o que se alcanza como una meta, como un estadio dado, en el proceso del desarrollo cultural. Para mí la identidad es más que nada una forma peculiar de ser (de pensar, de sentir, de vivir, de morir) y una conciencia de ser lo que se es en medio de la diversidad.

Tenemos, como seres humanos, para el nuevo milenio y entre otros retos fundamentales, el de transformar radicalmente nuestras formas de relación y comunicación con la infancia y la juventud. Se trata de reconocer sus derechos, estar dispuestos a correr el riesgo de que jueguen un papel protagónico en la construcción de nuestro mundo, pero, más aún, se trata de desmitificar nuestra autoridad. Abrir nuestros corazones ante ellos, tener el valor de reconocer nuestros errores y debilidades frente a ellos y propiciar que asuman el papel de educadores. En ellos y ellas podremos tener a los mejores promotores de nuestro desarrollo y del desarrollo comunitario.

Carlos de la Mora, profesor y promotor cultural independiente

IDENTIDAD Y GLOBALIZACIÓN

JOSÉ ANTONIO MAC GREGOR



José Antonio Mac Gregor está a cargo de la Dirección de Capacitación Cultural de la Dirección General de Vinculación Cultural (DGVC) de Conaculta.

Latinoamérica vive intensos procesos culturales como parte del fenómeno globalizador de las economías que, al homogeneizar patrones de consumo, afecta a las culturas locales (principalmente a las populares e indígenas), así como a los mecanismos a través de los cuales los portadores de estas culturas construyen, modifican y redefinen sus propias identidades.

Hopenhayn afirma que “no hay identidades que resistan en estado puro más de unas horas ante la fuerza de estímulos que provienen de todos los rincones del planeta”.¹ Para Nelly Arenas “La globalización aparece como el hogar inevitable, esa gran residencia donde habitamos todos.”² La globalización rompe límites nacionales —cualquiera sea el grado de desarrollo del país en cuestión— echa sus raíces en todos los lugares, y ahonda las diferencias de clase.

La globalización no desaparece a las identidades locales, pues si las homogeneiza al mismo tiempo exacerba lo que se ha denominado “dinámica autoidentificadora”, que se expresa en el estallido de nacionalismos y en la revitalización de pueblos indios y otros grupos sociales que encuentran en esa identificación una afirmación local, ya que necesitan raíces en una sociedad cada vez más transnacionalizada: requieren un sitio donde todo les resulte familiar, es decir, un sentido de pertenencia.

Carlos Fuentes define la identidad, como lo que “somos ahora mismo”. Al pasado no hay que perseguirlo: éste nos busca cuando lo requerimos y lo hace como memoria colectiva ordenada y legitimada, entendible, actualizada y profética. El mismo Carlos Fuentes afirmaba en una entrevista periodística:

¹ Hopenhayn, Martín, *Ni apocalípticos ni integrados, aventuras de la modernidad en América Latina*, FCE, Santiago de Chile, 1985, p. 122.

² Nelly Arenas, “Globalización e identidad latinoamericana”, en *Revista Nueva Sociedad* (#147), Venezuela, enero-febrero de 1997, p. 122.

“México sabe que no hay un ya fuimos; hay un estamos siendo, vamos a ser, porque seguimos siendo cuanto hemos sido.”

Para Fernando Calderón “América Latina vive tiempos culturales trun-
cos y mixtos de premodernidad, modernidad y posmodernidad.”³ Quizá sea
gracias a esta convivencia que la personalidad cultural de nuestra región, ade-
más de múltiple, sea ambigua amén de metamorfofísica, y nuestra identidad,
en sus diversos espacios y tiempos, sea varias identidades, de tal modo que
podamos encontrar en nosotros varios “yo profundos”.

La identidad cultural es sentido de pertenencia y diferenciación que se
construye en las prácticas cotidianas y rituales de una comunidad, creando,
reproduciendo y transformando una producción simbólica a través de dos
grandes bloques: la acción social y los procesos de significación, actos y dis-
cursos que se desarrollan a través de la praxis entendida, a la manera de Paulo
Freire, como el proceso permanente de reflexión y acción que los hombres
realizan sobre el mundo para comprenderlo y transformarlo.⁴

Si bien el sentido de pertenencia permite al hombre su identificación co-
mo parte de algo y de alguien que se construye históricamente con un nombre
y apellido, con domicilio en una comunidad y una nación específica, el sentido
de la diferencia permite “observar en otro su forma y oponerla a la propia, fe-
nómeno en que surge la imagen de lo distinto, de lo ajeno y, no necesariamente
por consecuencia inmediata, la idea de sí mismo”.⁵

Así, cada persona se define a partir de una relación con otro, con esa
“otredad” o “alteridad” que le permite ser diferente. El concepto de cultura
está unido a las nociones de “identidad y alteridad y también tiene una raíz
profunda en la configuración del sentido”. Cultura es el campo del sentido y,
“como toda acción humana y su representación semiótica son componentes
del sentido, todo lo humano es cultura. Una perspectiva totalizadora.”⁶

La cultura tiene una vocación universalizadora y concentra en su seno
el proyecto humano, porque desde la cultura se comprende, se ordena lo hu-
mano. Más allá de la cultura se une “lo limitado con lo que no tiene límite
humano”. En la cultura “está el aprendizaje de sí mismo en su relación voca-
cional con lo que incluye y rebasa, lo otro, lo más que humano.”⁷

³ Véase Fernando Calderón, “América Latina, identidad y tiempos mixtos o cómo tratar de pensar la modernidad sin dejar de ser indios”, en *David y Goliath (#52)*, Clacso, Buenos Aires, 1997.

⁴ Véase Paulo Freire, *La pedagogía del oprimido*, Siglo XXI Editores, México, 1970.

⁵ Luis Jesús Galindo Cáceres, *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*, Universidad Veracruzana, Veracruz, 1997, p. 19.

⁶ *Ibid.*, p. 21.

⁷ *Ibid.*, p. 22.

La identidad, sus procesos de construcción y sus diversos objetivos, tienen indudablemente un papel de extraordinaria relevancia en la construcción de lo político, vale decir, en la construcción de las hegemonías.

Para comprender los nuevos fenómenos identitarios ya no es suficiente afirmar que la información es poder, sino entender que hoy por hoy lo que determina el poder es la velocidad, porque la sociedad se reconstituye a partir de este nuevo vector. “El que posee la velocidad gobierna con ella.”⁸

Según Lechner, estos nuevos ejes sobre los que se mueve hoy lo real modifican la noción del tiempo, derrumbándose su estructuración histórica. Si en la modernidad el tiempo marcaba un desarrollo donde pasado, presente y futuro eran distintos pero encadenados, y en el presente podían leerse los signos del futuro, ahora la distribución entre pasado, presente y futuro se diluye: las experiencias del pasado son cada vez menos útiles y no hay modos confiables de pensar el futuro. Vivimos en un presente que lo succiona todo, un “presente omnipresente”.⁹

Una cultura globalizada que embiste a lo local con afanes hegemónicos y lo local que se resiste a desaparecer mediante mecanismos de sobrevivencia y, a veces, de embate movilizador reivindicativo, producen una ambigüedad en los modelos identitarios, “en virtud de que la gente quiere acentuar sus valores locales al mismo tiempo que compartir los estilos y valores globales”. De ahí que pueda hablarse de una “universalización de los particularismos” o de la “valorización global de las identidades particulares”.¹⁰

Si ya era obsoleto el afán que pretendía eliminar las formas tradicionales de expresión cultural para avanzar hacia la modernidad, igualmente absurda resulta ahora la ingenua aspiración de “conservar” o “preservar” las culturas tradicionales intentando valorarlas en la dinámica nacional como lo “propio” o “auténtico”. Ese culto al pasado, a las “raíces” como el lugar donde reside la verdadera identidad nacional, poco favor le hace a los portadores de las culturas tradicionales condenadas, bajo estos planteamientos, a quedar reducidas a estereotipos que asfixiarían hasta el exterminio no sólo su potencial transformador, sino incluso los mismos procesos de reproducción de lo tradicional.

⁸ Paul Virilio, “Política de la desaparición”, en *Letra Internacional* (#39), 1995, p. 39.

⁹ Nelly Arenas, *Op. Cit.*, p. 124.

¹⁰ J. Nederven, “Globalization as Hybridization”, en *International Sociology* (#9/2), 1994, p. 165.

Podemos entender lo “propio” como lo hacía Guillermo Bonfil, es decir, como la capacidad de un pueblo para decidir sobre su “cultura propia”, que se constituye por la suma de elementos “autónomos” (originados por el mismo pueblo), más aquellos que denomina “apropiados” (que se producen fuera del pueblo, pero que éste incorpora dinámicamente a su vida cotidiana decidiendo sobre ellos. Un ejemplo de ello es el manejo que ya hacen varias organizaciones indígenas de complejos sistemas de informática, incluido por supuesto el uso del internet.)

Néstor García Canclini explica que al constituirse no sólo en relación con un territorio, sino también en conexión con redes internacionales de mensajes y bienes, la definición de identidad

no debe ser únicamente socio-espacial, sino socio-comunicacional. Por lo tanto, tendrá que articular los referentes locales, nacionales y también de las culturas post-nacionales que reestructuran las marcas locales o regionales establecidas a partir de experiencias territoriales distintas. La identidad se conforma tanto mediante el arraigo en el territorio que se habita, como mediante la participación en redes comunicacionales deslocalizadas.¹¹

Esta necesaria reconstrucción del concepto de identidad, o deconstrucción de lo viejo, se fundamenta en cuatro cambios conceptuales: *a)* el carácter históricamente constituido y por lo tanto no sustancialista de las identidades; *b)* el papel de los componentes imaginarios en la constitución de las identidades étnicas y nacionales, así como en la caracterización de las diferencias con otras etnias y naciones a partir de lo cual la identidad no sería la expresión natural en que se viven; *c)* la composición multicultural e híbrida de las identidades particulares de cada nación o etnia; y *d)* el creciente rol de los condicionantes transnacionales en la constitución de nuevas identidades y la disminución de los condicionantes territoriales y raciales de las identidades étnicas y tradicionales.¹²

O como enunciaba Nelly Arenas la modernidad debe ser leída de otro modo en América Latina. “La lectura que de ella se haga deberá dar cuenta de nuestras mezclas y tiempos.” Quizá —continúa— ella sirva para reafirmar nuestras posibilidades “desde nosotros mismos (y no desde el Occidente, desde donde siempre nos veíamos)” sin desdeñar lo que de afuera nos viene, sin

¹¹ Néstor García Canclini, “Identidad cultural frente a los procesos de globalización y regionalización: México y el TLC de América del Norte”, en C. Moneta y C. Quenan (Comps), *Las reglas del juego. América Latina. Globalización y regionalismo*, Corregidor, Buenos Aires, 1994, p. 174.

¹² *Ibid*, p. 170.

prejuicios. “Quizá en esa mezcla reside nuestra capacidad inclusiva no expedida en otras culturas.”¹³

Las actuales condiciones de globalización no sólo generan la homogeneización y desaparición de lo local en aspectos tan profundamente arraigados como lenguas indígenas, tradiciones, valores, rituales, formas de organización, prácticas sociales y recursos naturales, que permitían la reproducción de culturas ancestrales que inevitablemente han desaparecido.

También ofrecen posibilidades no imaginables para desarrollar la “cultura propia” aprovechando lo mejor de la modernidad, utilizando todas las vías para una más rápida y mejor comunicación a través de mecanismos de resistencia que puedan arraigar en espacios propios o que, incluso, trasciendan el ámbito territorial vinculando las reivindicaciones de carácter local con dinámicas más amplias; diversas organizaciones indígenas, ecologistas, de género y defensa de los derechos humanos ya han dado de qué hablar en materia de “mundialización” de procesos solidarios.

Hoy y como respuesta a la globalización, crece entre los pueblos una necesidad de autoafirmación de sus identidades que lucha por preservar, conservar y recuperar aquellos elementos simbólicos de su ayer que les sirven para entenderse en una recuperación que sólo a ellos les corresponde decidir y realizar a través de experiencias colectivas y autogestivas.

En esa lucha también han aprendido a incorporar múltiples elementos externos que han hecho convivir con los suyos a pesar de las condiciones de desigualdad que acentúa la injusta distribución de condiciones para desarrollarse. En suma, las “identidades acechadas” sufren derrotas y pérdidas culturales; eliminan, adaptan y recuperan, imitan, innovan y desarrollan nuevas alternativas y opciones para crecer.

Surgen día a día y por todo el país proyectos culturales que pugnan por un modo de vida que, sin regresar al pasado, retome de su memoria colectiva lecciones, orgullo y fortaleza; que sin despreciar la modernidad la haga capaz de actualizar y refuncionalizar distintos aspectos de su cotidianidad, vinculándose a fondo con sus comunidades sin desatender lo que sucede en otros territorios.

¹³ Nelly Arenas, *Op. Cit.*, p. 130.

Manuel Castells afirma que

la globalización ha venido, nadie sabe cómo ha sido, y ha venido para quedarse. Salvo que haya un improbable retorno a comunidades autosuficientes no podemos escapar a su lógica, inscrita en las redes informáticas que arquitecturan nuestras vidas. No hay otro remedio que navegar en las encrespadas aguas globales, aprendiendo a sortear sus torbellinos y a aprovechar sus vientos... Para esa navegación es ineludible e indispensable contar con una brújula y un ancla. La brújula: educación, información y conocimiento, tanto a nivel individual como colectivo. El ancla: nuestras identidades. Saber quiénes somos y de dónde venimos para no perdernos a donde vamos.¹⁴

Concluyo con el fragmento de una poesía de Guillermo Velázquez, trovador campesino de la Sierra de Xichú, Guanajuato, que en México, junto con otros muchos otros trovadores, sigue preservando la tradición de la “décima” con sus antiguas estructuras poéticas y nuevos contenidos que actualizan su visión del mundo y de la vida: tradición actualizada e identidad en el cambio jugando de lo local a lo global y viceversa:

*Soy trovador juglar, soy trashumante
de fin de siglo en México el país
que ríe como elote de maíz
y muere bajo el sol como un danzante...
casado por la iglesia y con su amante
a nancas del caballo en estampida
hacia donde lo bíblico se olvida
y desmiente el folclor de panza y boca
un kentucky fried chicken y una coca...*

*Pertenezco a este siglo claroscuro
y entre iconografías que se me apilan
soy hijo de John Lennon y Bob Dylan,
de la pirecua el son y el rock más duro;
de mi abuelo en la mina y del carburo
soy flama persistente, veta hundida*

¹⁴ Véase Manuel Castells, “La insidiosa globalización”, en el diario *El País* (*Opinión*), Madrid, 29 de julio de 1997.

*soy zapatista en Chiapas y escondida
hay una foto en mí —¡qué maravilla!—
con Marcos entre “El Santo” y Pancho Villa...*

*Soy huapanguero —¡amén!— y no me apena
el sombrero y la quinta decimista
pero no soy “un folk” oscurantista:
puedo jugar nintendo y matatena...
yo les toco “el querreque” y “la azucena”
o “like rolling stone” (mi preferida)
cuanto se junta en mí tiene cabida:
luna y sol, dios y diablo, risa y llanto
porque yo mismo soy ¡fiesta y quebranto!*

La identidad es pertenencia fundamental a un grupo, familia o comunidad que todo individuo requiere para tener garantizado el acceso a condiciones no sólo de sobrevivencia, que la naturaleza animal le exige, sino también de crecimiento humano y sentido de vida; es proceso histórico en construcción que crea socialmente cada individuo, en una retroalimentación permanente del vínculo indisoluble colectivo-individuo, que podrá vivir momentos de crisis o fortaleza, de negación o autoafirmación, de pasividad o crítica actuación, pero nunca desaparece ni se destruye, sólo se transforma, ante el reto de darle vigencia a la vida para seguir siendo.

Bibliografía

- Arenas, N., “Globalización e identidad latinoamericana”, en *Revista Nueva Sociedad* (#147), Venezuela, enero-febrero de 1997.
- Bonfil Batalla, G. et. al., *La cultura popular*, Premiá Editores / La red de Jonás, México (4ª edición), 1984.
- Calderón, F., “América Latina, identidad y tiempos mixtos o cómo tratar de pensar la modernidad sin dejar de ser indios”, en *David y Goliath* (#52), Clacso, Buenos Aires, 1997.
- Castells M. “*La insidiosa globalización*”, en el diario *El País (Opinión)*, Madrid, 29 de julio de 1997.
- Conaculta, *Seminario de Gestión Cultural*, Conaculta, México, 1998.
- Drucker, P. *La sociedad post-capitalista*, Norma. Bogotá, 1994.
- Freire, P. *La pedagogía del oprimido*, Siglo XXI Editores, México, 1970.
- Fuentes, C., *El espejo enterrado*, FCE, México, 1992.
- Galindo, J. *Sabor a ti. Metodología cualitativa en investigación social*, Universidad Veracruzana, Veracruz, 1997.

- García Canclini, N., "Cultura y sociedad. Homogeneización y pluralidad cultural. Universalismos y particularismos", en *Fermentun* (#6-7), Caracas, 1994.
- García Canclini, N., "Identidad cultural frente a los procesos de globalización y regionalización: México y el TLC de América del Norte", en C. Moneta y C. Quenan (Comps), *Las reglas del juego. América Latina. Globalización y regionalismo*, Corregidor, Buenos Aires, 1994.
- García Canclini, N., *El futuro de las sociedades multiculturales*, Naciones Unidas - Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, Costa Rica, 1994.
- Hopenhayn, Martín, *Ni apocalípticos ni integrados, aventuras de la modernidad en América Latina*, FCE, Santiago de Chile, 1994.
- Lechner, N. "Reestructuración de los mapas políticos", Conferencia dictada en el XX Congreso de ALAS, México, 1995.
- Nederven, J. "Globalization as Hybridization", en *International Sociology* (#9/2), 1994.
- Ortiz, R. "Cultura, modernidad e identidades" en *Nueva Sociedad* (#137), 1995.
- Prigogine, Ilya, *El nacimiento del tiempo*, Tusquets, Barcelona, 1993.
- Virilio, P., "Política de la desaparición", en *Letra Internacional* (#39), 1995.

ARTE Y CONSUMO ARTÍSTICO

OTHÓN TÉLLEZ



Othón Téllez es artista plástico y profesor.

Las manifestaciones artísticas han estado presentes a lo largo de la historia de la humanidad. La diversidad estilística y de géneros ha permitido reconocer los desplazamientos de las obras artísticas de distintas disciplinas. El hombre ha consumido permanentemente productos culturales con cargas significativas que expresan su entorno cotidiano, sus incertidumbres, su magia y su percepción del micro y macrocosmos. Las obras artísticas transmiten sensaciones y reflexiones racionales que trascienden territorios, civilizaciones, continentes y tiempo. Algunos objetos o productos culturales a la fecha siguen proporcionando información que pareciera inagotable ante los múltiples consumidores culturales del fenómeno artístico.

El arte en sus diversas disciplinas contribuyó de manera vertiginosa al desarrollo de las categorías estéticas y a entender que la estética en el arte no sólo puede ser analizada con la lupa de la belleza. Enfrentarse como espectador ante una manifestación artística de vanguardia hoy exige al consumidor saber que tendrá que dejarse llevar por las sensaciones y ser vulnerable al entorno estético con el que el artista desea transportar al público consumidor por medio de su obra. Incluso una serie de acciones sensibles van acrecentándose en el individuo. Así, la pérdida de la sensibilidad ante hechos violentos por parte de los habitantes de las grandes urbes es cada día más evidente, su capacidad de asombro se ve menguada ante algunas sensaciones que históricamente causaban reacciones en el consumidor.

El dinamismo en las ciudades implica que el cerebro ocupe mayor tiempo en resolver los problemas cotidianos y profesionales; el inconsciente trabaja

arduamente en el sueño para compensar algunos de los tantos conflictos que el individuo dejó sin resolver, las manifestaciones artísticas se vuelven acciones tímidas ante la presencia de lo relevante para el consumidor. El artista lo sabe y por ello genera productos cada vez más obvios, cotidianos, agresivos, altamente sublimes, contradictorios, ofertas artísticas diversas que permiten distraer al consumidor de la inercia existencial y de la monotonía.

En la actualidad, la percepción estética ocupa un lugar preponderante en la cotidianidad; el individuo se apropia de las percepciones estéticas de manera natural, en sus actos diarios, en el traslado de la oficina a casa, al observar al cielo, y si tiene la posibilidad de estar frente a un producto artístico, ahí es donde se da el encuentro. El consumo estético de productos artísticos genera menos sorpresa y asombro, sin embargo, el artista sigue en la búsqueda de lenguajes más elocuentes e inverosímiles que le permitan transgredir la rutina del individuo; la contradicción entre el producto artístico y el consumo es evidente.

El espectador que quiera valorar el consumo artístico debe pasar de ser un aficionado del arte a un verdadero consumidor artístico. Difícil sería la percepción del *Werther* de Goethe si no conociéramos o intentáramos acercarnos a la percepción romántica del siglo XIX.

El promotor cultural, desde el ámbito de la distribución, deberá brindar las herramientas necesarias para que el consumidor pueda establecer la relación con el producto cultural de forma más estrecha. Esto significaría conocer con precisión los intereses y el cúmulo de conocimientos con los que cuenta cada uno de los consumidores culturales, tarea difícil, por lo que algunas de las opciones usuales que se diseñan para este fin son las didácticas: desde el tradicional volante, hasta el programa de mano, catálogo, cédulas de sala, folleto o libro explicativo.

Si el consumidor alcanza el fin deseado de acercarse de manera no prejuiciosa a la obra artística y si la obra artística cuenta con las características propias que defiendan al producto cultural entre la oferta de productos culturales, entonces se genera la primera acción de curiosidad que permitirá al consumidor pasar de la esfera de un consumo circunstancial a uno como aficionado y empezará a habituarse a la disciplina en cuestión. Si no sucede así puede ser

porque el producto sea de mala calidad artística o porque el espectador carece de formación en el acercamiento a la disciplina. En el primer caso, podemos citar los ejemplos de manifestaciones artísticas supuestamente diseñadas para niños y que en el desarrollo de la manifestación rebajan al espectador con lenguaje simple y que, lejos de ser una obra que despierte la curiosidad genera tedio. Las grandes producciones para diseñar programas televisivos realizan series de estudios sobre la percepción del público al que quieren llegar; la improvisación queda atrás para dar paso al auxilio de teorías de la percepción y al pensamiento que facilite la tarea creativa. En este sentido, es misión del productor cultural profesionalizar su formación para usar las teorías y tecnologías a su alcance y llegar al fin deseado, así como generar productos ricos en propuestas y creatividad artística; a una buena realización del producto cultural una buena recepción e interpretación en el consumo cultural.

El segundo caso puede darse cuando la obra artística se encuentra en un estadio distinto (y no digo superior) al consumidor cultural, sea por deficiencias en su formación o, en general, por desconocimiento del producto cultural artístico en cuestión. En estos casos, la tarea del promotor cultural radica en generar rutas de acercamiento al producto cultural de acuerdo a los intereses del consumidor. Si realizamos un concierto didáctico, tendremos que analizar con detalle el repertorio que propone el productor cultural para diseñar la estrategia de distribución que acerque al público que requiere dicho apoyo cultural. Uno de los ejemplos más valiosos que existen en el acercamiento al repertorio de la música sinfónica y al trabajo de las orquestas es que los propios directores permitan que los ensayos estén abiertos al público en general. Esta rica experiencia, antes reservada sólo para aquellos que colaboraban en la orquesta, se abre ahora a múltiples espectadores y posibles consumidores, lo que genera una verdadera aproximación a la disciplina, centrada en la experiencia estética de encontrarse en un espacio de creación y ejecución de la obra, conocer las entrañas de la interpretación, escuchar las reiteraciones hasta el logro de la definición musical y artística deseada, así como observar las estrategias metodológicas que se realizan en el espacio del ensayo de una orquesta para alcanzar el objetivo planeado. En otro tipo de apreciación musical,

por ejemplo, la experiencia del acercamiento al son jarocho, es relevante señalar que aquí la estrategia es otra. Los niños se incorporan al grupo de música tradicional al realizar las primeras acciones percutivas (al llevar el ritmo con una caja de madera, tambor o quijada de animal), para después desplazarse a un instrumento musical y terminar como excelentes intérpretes (productores culturales) o consumidores culturales (público) de música jarocho en sus variados géneros y formas. Dos ejemplos distintos de acercamiento a la música, uno desde la acción del consumidor, el otro desde la acción de la producción del evento, acercan al espectador a la apreciación del género musical. El consumo de la manifestación artística se da, sea por la estética propuesta o por la variedad artística que se refleja en el producto.

Cada disciplina artística cuenta con acciones que repercuten y se relacionan con el consumidor en esto que hemos denominado sensibilidad artística, en la cual convergen las experiencias estéticas, la formación del gusto y las aptitudes de acercamiento a determinada disciplina en particular. La ciencia ha demostrado que el cerebro humano está dividido en dos hemisferios, en donde el izquierdo tiene que ver con las funciones del razonamiento, como lo son las actividades de escribir, razonar y el uso de las estructuras lógicas, mientras que el derecho está relacionado con las funciones de entender que, aunque la ciencia divide al cerebro en dos hemisferios para su estudio, las operaciones humanas no lo hacen en sentido estricto. Cuando realizamos la acción de hablar no podemos contemplarla solamente como la suma de acciones divididas en uno u otro hemisferio cerebral, sino como una operación de totalidad comunicativa: el lenguaje, los gestos, la mímica, la posición corporal y demás, es decir, el conjunto de lo que pertenece a nuestras particularidades y capacidades expresivas, no sólo las racionales en el uso de la sintaxis sino las explícitas y elocuentes en los campos pragmáticos del lenguaje.

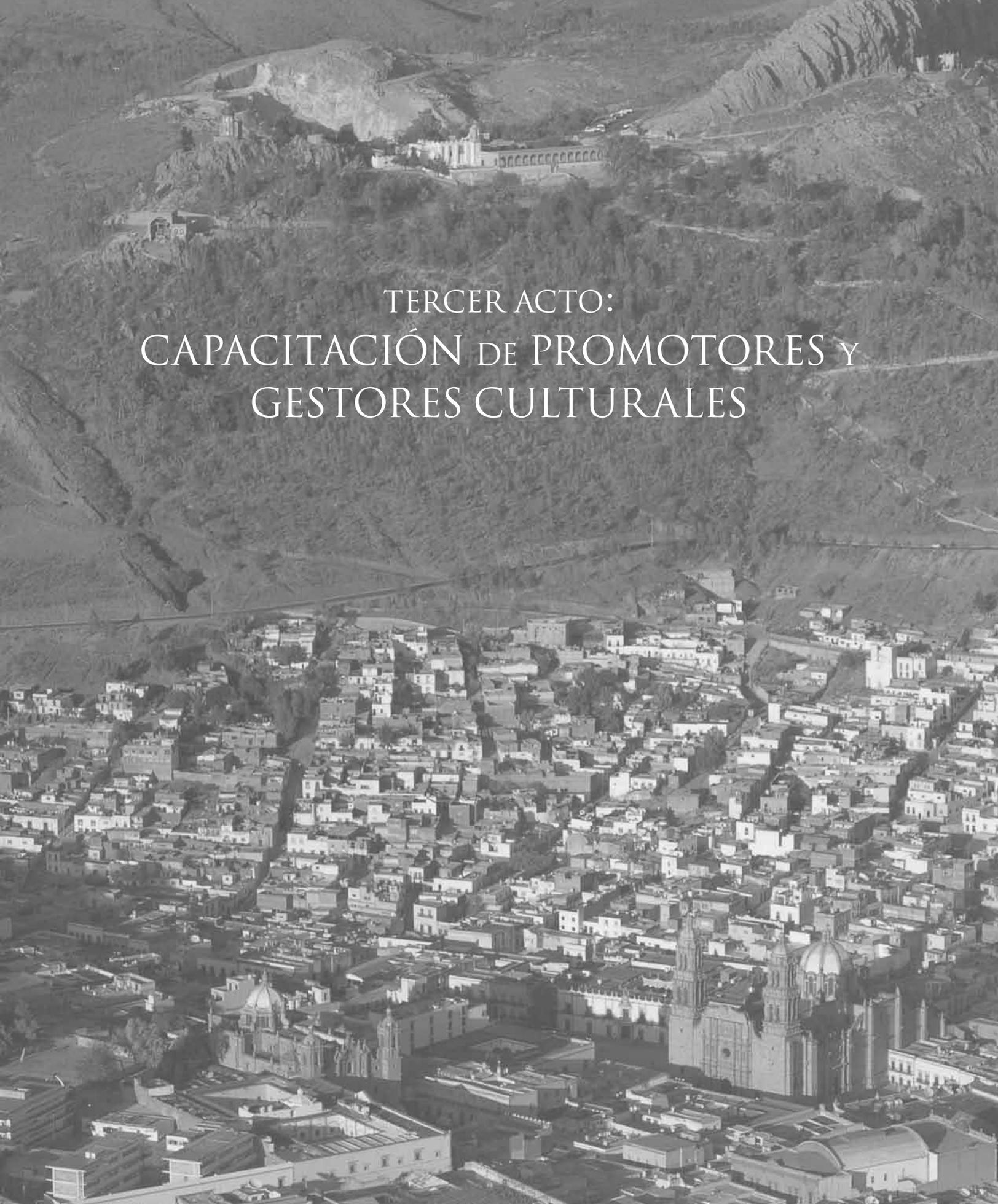
En el caso del concepto que nos ocupa, la sensibilidad artística no es un comportamiento meramente sensible sin acciones racionales; por el contrario, la sensibilidad artística despierta cognitivamente operaciones en el cerebro que enriquecen otras capacidades humanas, como lo puede ser la analítica. En la lectura de un poema el individuo opera con el hemisferio izquierdo del

cerebro en el control del lenguaje y los pensamientos lógicos, y su hemisferio derecho reconoce, crea imágenes y emisores de inspiración, sin embargo, leer un poema significa la acción conjunta, tanto de reconocer el significado de las palabras, sus signos y sus órdenes, como valorar los aspectos de apropiación de lo que nos deja la lectura del poema en cuestión: la integración y conocimiento de una parte más de nuestro entorno social y humano. La sensibilidad artística, como experiencia subjetiva del cerebro, nos permite afirmar que es un generador de acciones cognitivas propias de la creatividad y la variabilidad en funciones encontradas en ambos hemisferios cerebrales.

El consumo artístico tiene que ver con la sensibilidad artística que el consumidor tenga respecto al producto cultural artístico. A veces es necesario fomentar el desarrollo de esta capacidad, la cual requiere de productos culturales que se acerquen a la capacidad de asombro y al acto lúdico dispuesto por el consumidor. La sola presencia y convivencia con una obra de arte genera acciones de consumo representativas: el ejemplo puede ser claro en la pintura. En una ocasión, una obra de mi autoría fue adquirida por una coleccionista; ya que la pintura era de gran formato, el comprador no pudo colgarla de inmediato en su casa, por lo que tuvo que solicitarle a un familiar cercano —quien no estaba familiarizado en absoluto con la pintura abstracta de México— que colocara temporalmente el cuadro en su propia casa. Al principio, la obra no fue bien recibida, pues el lenguaje gestual y la irrupción de colores vivos generaban en el segundo espectador una especie de rechazo. Sin embargo, el cuadro estuvo colgado por espacio de dos años en un sitio específico de la casa, en donde lo veía con cotidianidad. Nuestro segundo consumidor fue poco a poco estableciendo relaciones sensibles. Al término de los dos años, el comprador original recogió la obra para llevarla al muro en donde finalmente la albergaría, pero el familiar ajeno a la obra (nuestro segundo consumidor) sintió la necesidad de la presencia de la obra y hasta se molestó por el despojo de la misma. La acción de consumo estaba realizada; el espectador y la obra habían establecido vínculos de consumo estético y artístico; la sensibilidad artística del consumidor estaba siendo alterada por la presencia de la diversidad del producto cultural, en este caso, la pintura. Esto ilustra que la frecuencia del

consumo de productos culturales va asociada directamente al uso del tiempo libre y a los consumos que tenemos a nuestro alcance. De ahí, la deformación del gusto y de la sensibilidad artística que se genera en los medios masivos de comunicación, en donde el consumidor, desde la comodidad de su casa, con el sólo hecho de accionar un botón cuenta con una oferta de productos culturales de mala calidad artística que deforman su apreciación.

El producto cultural artístico, por su peculiar producción y por los mecanismos de distribución, es uno de los productos que presenta una alta carga estética y, a su vez, una carga de información que nos permite conocer más a fondo el arte. Es labor del promotor cultural generar las acciones de divulgación necesarias para que la relación entre producto cultural artístico y consumidor cultural sean más estrechas, a partir del reconocimiento de la estética particular del producto artístico, así como el significado de las aportaciones artísticas, las acciones de sensibilización a las artes, la divulgación y la apreciación que se puedan realizar para estos fines. Dichas acciones mostrarán beneficios inmediatos siempre y cuando la calidad del producto artístico esté garantizada: en la medida en que el productor de arte sea original, profesional y, por lo tanto, su producto cuente con calidades de factura y propuestas discursivas innovadoras para su tiempo y su espacio, la obra por sí sola concebirá reacciones en la sensibilidad artística de los consumidores culturales.

An aerial, black and white photograph of a city built on a steep hillside. The city is densely packed with buildings, many of which are multi-story. In the foreground, several large, prominent buildings with domes and spires are visible, likely religious or institutional structures. The background features a large, rugged mountain with a prominent peak. The overall scene is a high-angle view of a city nestled in a valley.

TERCER ACTO:
CAPACITACIÓN DE PROMOTORES Y
GESTORES CULTURALES

CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN

CLARA MÓNICA ZAPATA J.



Clara Mónica Zapata J. es decana de la Facultad de Artes de la Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

La implantación de los sistemas para la cultura como pauta del desarrollo social demanda cada vez más un vínculo coherente con el sistema educativo para que difunda lo esencial de la cultura, sus formas de expresión, sus teorías y conceptos: que haga de éstos su base instrumental y adopte los recursos técnicos para su aplicación e inserción en las políticas de planificación, con el fin de lograr desarrollo en distintos niveles, acorde con las necesidades de las poblaciones o grupos sociales y teniendo como objetivo fundamental el sentido de la identidad. El tema de la gestión y la promoción cultural implica entender claramente la relación entre cultura y política como un hecho social construido sobre el respeto a la identidad y a la pluralidad en las distintas formas de expresión de los pueblos.

El momento actual del desarrollo político en América Latina y el Caribe invita a repensarnos desde las perspectivas de lo social y lo comunitario mediante estrategias y modelos participativos replanteando las dinámicas aplicadas hasta ahora, en las que los modelos aplicados han mantenido alejados dos conceptos fundamentales: *política cultural* y *cultura y política*. En ellos el factor humano estuvo relegado y casi siempre desprovisto de herramientas de comunicación que le permitieran legitimarse como ciudadano con referentes históricos, radicado en la memoria cultural, en procesos transmitidos por la herencia y denotados en las lenguas maternas, o establecer su relación con otros códigos de culturas plurales y diversas, así como su confluencia directa con conceptos de valores, convivencia, pertenencia y pertinencia.

El concepto de cultura ha sido objeto de amplios debates en el ámbito de las ciencias humanas de las últimas décadas. La noción, procedente de la tra-

dición ilustrada que asume la cultura como un estado superior de civilización, cuyo modelo por excelencia son las naciones más desarrolladas de Europa, ha sido cuestionada a partir de las investigaciones de la antropología contemporánea y de las reflexiones de otras ciencias humanas. Hoy ya no se acepta la idea de una cultura única, universal, ni se piensa que la cultura tiene que ver solamente con el “cultivo de la mente” en el sentido tradicional, o con esos productos especiales como son las ciencias, las artes y los libros. Predomina más bien la idea de que cultura es una categoría del ser, una forma fluida de orden y de interpretación con ayuda de la cual los grupos humanos identifican la realidad histórica y la disponen en contextos de significado, y se destacan en la búsqueda de la especificidad de lo cultural con componentes alusivos al lenguaje, la comunicación y lo simbólico-expresivo.

El concepto de cultura se ha ampliado considerablemente: se asume, en términos generales, como el modo (los modos) de relación que los grupos humanos establecen con el mundo y con la vida. Se reconoce que cada grupo social tiene comportamientos propios, una especificidad, una caracterización cultural que constituye su razón de vivir. Cada comunidad organiza su vida, su cotidianeidad, es decir, su cultura, en un proceso de construcción constante en el que se da una relación con el pasado y una interacción con las circunstancias internas y externas que depara el presente. A través de las prácticas culturales públicas y privadas la cultura de una localidad se materializa y se transforma continuamente en su relación con el entorno y con las ideas, prácticas y productos de otras culturas.

Vale volver a la definición de cultura adoptada por la UNESCO:

Cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.

Es sobre este concepto enriquecido de cultura que se dan hoy las bases para la planeación de ofertas educativas en gestión cultural. Tradicionalmente

las culturas estaban indisolublemente unidas a un territorio, a un espacio que determinaba el modo de ser de la comunidad, pero a partir de los inventos de los últimos cien años y especialmente a partir del avance de las tecnologías de la comunicación, el panorama de las culturas se presenta cada vez más complejo y desdibujado. Asistimos hoy a fenómenos de desarraigo en las “urbes electrónicas”, a la diseminación instantánea de productos que transforman las culturas a distancia anulando valores y costumbres de larga tradición.

Los fenómenos de globalización e internacionalización de la cultura han generado múltiples y complejas tensiones en los diferentes escenarios sociales. Este conjunto de fenómenos y múltiples entrecruzamientos producen un escenario calificado por algunos como crisis de civilización y por otros como superación de la modernidad, posmodernidad y fin de la historia, o bien como modernidad reflexiva. En este contexto los territorios, las acciones humanas y los actores sociales tienen interconexión planetaria, manifestándose así tensiones complejas entre lo plural y lo singular, lo colectivo y lo individual, la tradición y la modernidad, propiciando rupturas profundas en las dinámicas y formas de relacionamiento de las instituciones, las organizaciones y los sujetos.

Los avances científico-tecnológicos en materia de microelectrónica, informática y telemática son los soportes de los procesos actuales de transculturización y globalización. El mercado es el escenario y paradigma de lo global. Todo ello ha generado profundas fragmentaciones culturales e identitarias. Lo económico, lo social y cultural establecen relaciones en múltiples sentidos con lógicas distintas, en escenarios diversificados.

Frente a esa situación resultan más necesarias que nunca las reflexiones y debates en torno a la esencia misma de lo cultural, la identidad cultural, la interculturalidad, los efectos de la globalización en las culturas nacionales y regionales y las acciones que se requieren en cada país y cada comunidad para asumir adecuadamente la internacionalización actual de la cultura, sin que ello implique sacrificar lo propio.

Hoy más que nunca, en el mundo globalizado e interconectado en que vivimos, las políticas estatales cumplen un papel fundamental en lo que tiene que ver con la cultura de una nación. Al Estado le corresponde ser líder,

mediador y negociador en los procesos de desarrollo cultural, favorecer y estimular todas las prácticas que contribuyen a fortalecer la cohesión social y los valores culturales, apoyar las iniciativas de la sociedad civil, y proteger las culturas regionales que lo conforman, potenciando los valores que les son propios y estimulando procesos de construcción de identidad.

La gestión cultural trata de establecer una comunicación productiva entre los discursos sociológicos y antropológicos y las instancias sociopolíticas, con miras a lograr un mutuo enriquecimiento entre niveles teóricos, socioculturales y técnico-administrativos. Es por lo tanto un campo de debates teóricos y controversias ideológicas en torno a los conceptos de cultura, identidad, región, territorio, globalización, modernidad y posmodernidad, lo privado y lo público, diversidad y cultura, y un quehacer que recoge todos los conflictos de los contextos donde actúa. Pero más allá de los debates teóricos, la finalidad de la gestión cultural está centrada en promover todo tipo de prácticas culturales en la vida cotidiana de una sociedad, que lleven al reconocimiento de la diferencia, a la invención y recreación permanente de las identidades y al descubrimiento de las razones para la convivencia social democrática. Dentro de una amplia concepción de esta profesión, que va ganando terreno, la acción cultural de los gestores es un factor de crecimiento y desarrollo social, en cuanto promueve prácticas que le otorgan horizonte y sentido a los fines del desarrollo.

LOS NIVELES DE FORMACIÓN, SU CONSTITUCIÓN Y SU BASE INSTITUCIONAL. LA EDUCACIÓN INFORMAL EN LA GESTIÓN CULTURAL

Los niveles de formación en el tema de la gestión y la promoción cultural están dados en las primeras experiencias que se construyeron, soportadas en lo institucional según sus categorías, donde los gestores se hicieron en las localidades, en las primeras casas de la cultura y las bibliotecas, y en los centros comunitarios donde surgió el líder cultural nato que ligado a los procesos comunitarios y bajo las organizaciones sociales primarias hizo evidente la presencia de lo cultural como medio comunicacional-expresivo y legitimador de

identidad. Aparece aquí el concepto del promotor cultural comunitario que construyó sus propios códigos y lenguajes como parte de un proceso político, en un primer acercamiento al reconocimiento del gestor cultural formado con herramientas propias basadas en procesos de actitud y aptitud propios del líder, apoyado en un vínculo y un reconocimiento a la realidad social de su comunidad y en la búsqueda de distintas rutas y formas de generar bienestar para ella.

EL ENTORNO CULTURAL Y LAS CARACTERÍSTICAS DEL LÍDER, GESTOR CULTURAL

Las reformas político administrativas en Latinoamérica han originado cambios importantes en la vida cultural, especialmente entre los gobiernos locales, las administraciones centrales y las comunidades, obligando a modificar los estilos de gestión tradicional no sólo en términos de recursos sino también de las relaciones con la sociedad local buscando, sobre una plataforma cultural clara y coherente, estimular las potencialidades del desarrollo regional.

Se define la potencialidad de un nuevo gestor y promotor cultural que aunque formado en la base debió y debe adoptar herramientas más formales para que su participación en los procesos de transformación sociocultural del propio entorno se construya sobre una línea coherente y legítima.

Como parte de la formación humanística del gestor cultural se requiere también la asimilación de las reflexiones que ha construido la filosofía en torno a la esencia de lo artístico, la creatividad humana y, en general, el conocimiento sensible, así como aprendizajes relacionados con la historia de las artes (visuales, música, danza, teatro, literatura) y el acceso a experiencias pedagógicas orientadas a la apreciación, valoración, uso, disfrute y crítica estética de las obras artísticas. Todas estas experiencias y conocimientos configuran una base indispensable y le aportan al futuro profesional criterios para la valoración, animación y promoción de las prácticas culturales en general y permiten dotar al individuo de capacidad para el disfrute y valoración de las múltiples prácticas y productos a través de los cuales las sociedades materializan su visión del mundo y de la vida.

Conjuntamente con la asimilación de los necesarios conocimientos que aportan la historia, la antropología y la sociología, la formación de los profesionales que han de dinamizar la cultura en las comunidades requiere del acceso a las reflexiones que permiten la valoración y la comprensión del arte y de todas aquellas prácticas que pertenecen al orden de lo simbólico. La estética, reconocida como disciplina filosófica desde el siglo XVIII, ha aportado desde épocas muy antiguas valiosas reflexiones que han estimulado la apreciación y el disfrute de los valores intangibles que se materializan en los productos y prácticas culturales, y la creación permanente de nuevos productos. El desarrollo del sentido estético, el conocimiento de los valores que la historia del arte ha destacado, y el contacto con las producciones y las ideas estéticas del arte contemporáneo, fortalecerán en los gestores culturales la capacidad de valorar y promover las particularidades y potencialidades creativas del entorno social donde han de desarrollar su trabajo.

Se requiere desarrollar un modelo educativo para la formación profesional del gestor cultural, que promueva los procesos de formación del talento humano que requieren las regiones, incidiendo en la comprensión y asimilación de las nuevas realidades culturales que caracterizan a muchas localidades, rompiendo de una vez la dicotomía educación-cultura que las instituciones educativas han mantenido, dado su excesivo apego a los contenidos formales de la educación y al temor de alejarse del carácter “científico” de la formación que imparten. El sentido de esta formación deberá aportar a los sujetos la claridad en torno a la visión del desarrollo que requieren las regiones.

Así, debemos formar un gestor cultural con amplio sentido crítico, capacidad para aprender e investigar, que desarrolle la búsqueda de nuevos procedimientos y propicie un encuentro más con la incertidumbre que con las certezas.

La formación profesional del gestor cultural debe integrar ámbitos de acción muy diversos. Se requiere por un lado el desarrollo de todas las habilidades del gerente-líder, que lo capaciten para la planificación y la administración, la elaboración y el desarrollo de proyectos, el mercadeo y el manejo de los medios de comunicación. Al mismo tiempo, es fundamental que adquiera una

sólida formación humanística y axiológica, que le asegure una comprensión básica del devenir histórico de la cultura universal y local y de los fenómenos culturales contemporáneos, con un alto sentido de su papel como ciudadano en el devenir de su región y su localidad, y con capacidad de generar nuevos conocimientos a través de la investigación. Como parte de su formación humanística se requiere también el conocimiento de la estética y el acercamiento sensible a las artes del pasado y del presente, pues ello le permitirá desarrollar su capacidad de juicio estético, y le aportará criterios para la valoración, selección y promoción de las prácticas culturales.

USO Y DESUSO DEL PATRIMONIO CULTURAL. RETOS PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL EN LA CIUDAD DE MÉXICO

ANA ROSAS MANTECÓN



Ana Rosas Mantecón es profesora e investigadora de tiempo completo, Titular "C", del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa (UAM-I).

¹ Según Gonzalo Abad-Ortiz, exdirector de la UNESCO en México, en 2003 se tenían registrados 200 mil sitios arqueológicos, 75 mil 22 monumentos históricos (de los siglos XVI al XIX), más un rico patrimonio mueble e inmueble de los siglos XX y XXI. De acuerdo al número de zonas de monumentos declaradas Patrimonio de la Humanidad, México ocupa el primer lugar de América y el sexto en el mundo (*Reforma, Cultura*, 12 de mayo de 2003, p. 1.). Por lo que toca a número de ciudades declaradas patrimonio, ocupa el tercer lugar a nivel mundial, después de Italia y España.

² Mientras el INEGI reconoce la existencia de 65 museos en la Ciudad de México, el periódico *Reforma* (que hizo recientemente una encuesta de sus públicos) habla de 200, ya que incluye también en su recuento a las galerías. El reporte que me parece más confiable, elaborado por Ana Hortensia Castro en 2000, contabilizó 97 museos y pinacotecas. A nivel nacional, las cifras oscilan entre los 478 que reconoce el INEGI y 1000, según aseveró en 2002 Felipe Lacouture, especialista en museos y exdirector de ICOMOS-México. Las últimas cifras disponibles, del Atlas de Infraestructura Cultural de México, publicado en 2003, reconocen 1058 museos en el país y 127 en la Ciudad de México.

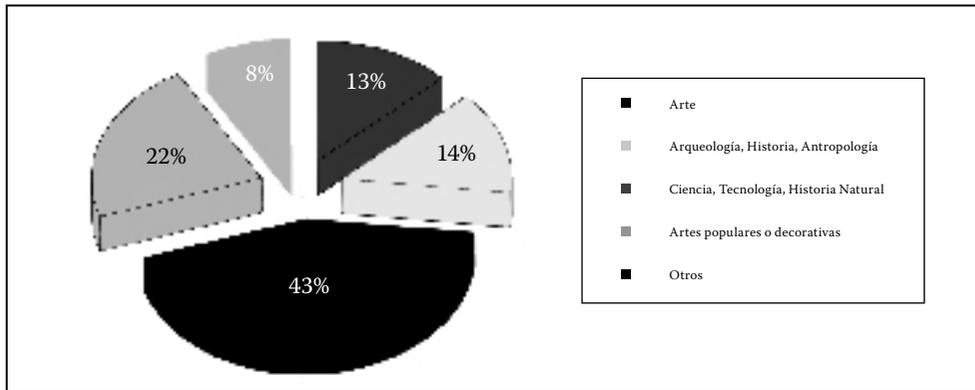
³ A. H. Castro, "Los museos de la Ciudad de México", inédito, p. 21.

México es uno de los diez destinos turísticos más visitados del mundo y no cabe duda de que entre sus principales atractivos se cuenta su riqueza patrimonial,¹ la cual ha sido reconocida por la UNESCO, con más de una veintena de sitios declarados Patrimonio de la Humanidad. Los museos son una de las formas privilegiadas para poner en escena el patrimonio: la ciudad de México cuenta con 127.² Se trata de una cifra aproximada, ya que no existe un censo oficial al respecto, ni a nivel nacional ni metropolitano. En la mayor parte de los museos, los edificios que los albergan son también un valioso patrimonio artístico e histórico, por lo que junto con las colecciones configuran una parte significativa de la imagen que México proyecta hacia los extranjeros y también hacia los propios habitantes, dado que una alta proporción de los visitantes son mexicanos.

La mayor parte de los museos de la Ciudad de México, que tienen el carácter de nacionales, así como los de mayor importancia en términos de la diversidad, calidad y cantidad de sus acervos son manejados por el sector público (48). Las instituciones de educación superior operan también relevantes museos (15) e igual número son manejados por el sector privado. Agrupaciones religiosas y diversos fideicomisos controlan cada uno 4, las asociaciones civiles 10 y uno es de participación mixta (gubernamental y universitaria).³

Como podemos observar en la gráfica siguiente, en la distribución temática de los museos y pinacotecas dominan el arte, la historia, la antropología y la arqueología:⁴

Gráfica 1: tipos de museos en México



⁴ Ana Hortensia Castro identificó los siguientes tipos de museos y pinacotecas en el Distrito Federal: Antropología y Arqueología (10), Historia (19), Arte (38), Artes Aplicadas (5), Culturas Populares (4), Ciencia y Tecnología (6), Historia Natural (6), comunitarios (2), otros (7).

En el contexto latinoamericano, México es ciertamente uno de los países que dedica mayor presupuesto a la conservación del patrimonio y es notable el resultado en diversas áreas. Sin embargo, después de la crisis económica de los años ochenta, se han venido implementando políticas neoliberales que han recortado significativamente los presupuestos estatales para educación y cultura. A la reducción presupuestal se suma la presión para que las instituciones culturales y educativas alcancen niveles de eficiencia similares a los de empresas privadas. Importantes instituciones culturales, como los institutos nacionales de Bellas Artes, y el de Antropología e Historia (que manejan los principales museos en todo el país) se ven en la necesidad de imponer prácticas eficientistas que compensen la merma en sus presupuestos.

El resultado de estas políticas ha sido doble. En primer lugar, el Estado aminoró su presencia en el campo de la cultura, notoriamente en el cine y la televisión pública, que sufrieron recortes presupuestarios de importancia. También lo hizo en el campo de los museos: a diferencia de lo que sucedía en las décadas de 1960 y 1970, cuando el 80% de los museos eran oficiales, ahora aproximadamente sólo 15% pertenece a los institutos nacionales de Antropología e Historia y de Bellas Artes.⁵ En segundo término, se fomentaron modos de gestión empresariales, con la participación de empresas privadas que vienen compitiendo con el Estado en la producción de bienes cultura-

⁵ Así lo declaró Felipe Lacouture al diario *Reforma*, *Cultura*, 18 de septiembre de 2002, p. 1.

les. En el caso de los museos, la reducción paulatina de los recursos para la operación, conservación y restauración de sus colecciones, investigación y difusión de sus acervos, ha colocado a buena parte de ellos en una situación crítica para operar de manera óptima y sobre todo, para continuar su crecimiento y seguirle el paso a la transformación acelerada del entorno en el que se encuentran.

LOS MUSEOS Y LA CIUDAD INTERMINABLE

En la Ciudad de México los grandes momentos de desarrollo de la infraestructura cultural ocurrieron entre los años veinte y los sesenta del siglo XX: se construyó una gran cantidad de instalaciones educativas y culturales, entre ellas museos, teatros y cines, alentando las artes para el fortalecimiento de la identidad nacional. A partir de los años ochenta la reducción de los presupuestos públicos limitó la expansión de la infraestructura, perdiéndole el paso a una urbe que no detenía su crecimiento.

Al igual que ocurre con la mayoría de la infraestructura cultural de la Ciudad de México —con excepción ahora de los cines—, los museos se encuentran fuertemente centralizados: tan sólo cuatro delegaciones concentran el 87.6% del equipamiento museológico, y cinco de éstas no cuenta con ninguno. Podemos aquilatar la distancia geográfica que los separa de la mayoría de la población si tomamos en cuenta que esas cuatro delegaciones centrales ocupan el mismo espacio que la Ciudad de México ocupaba a principios del siglo XX y que pasó de 3.1 millones de habitantes en 1950 a 18.1 en la actualidad. Más que ante una metrópoli nos hallamos frente a una megalópolis: designamos una etapa en la que una gran concentración urbana se entreteje con otras ciudades y zonas rurales, configurando una red de “asentamientos interconectados”.⁶ En realidad, diversas ciudades en el mundo han crecido cada vez más rápido. Mientras en 1950 sólo Nueva York albergaba más de diez millones de habitantes, en 1995 había ya 14 megalópolis que habían rebasado ese número de habitantes y para el 2000 lo alcanzaron 17.⁷ Si bien es cierto que parte de ese aumento de población ha ocurrido en el mundo industrializado, las estadísticas internacionales auguran que casi todo el crecimiento

⁶ M. Messmacher, *México: megalópolis*, SEP/ Foro 2000, México, 1987, pp. 16-17.

⁷ Datos de la United Nations Population Division, citados por E. Zwingle, “Ciudades”, en *National Geographic* (noviembre de 2002), Editorial Televisa International, México, pp. 72-73.

demográfico del mundo en los próximos 30 años tendrá lugar en ciudades de países en desarrollo, planteando nuevos retos a la relación de los museos con el territorio circundante.

En la Ciudad de México los museos van quedando geográficamente rezagados frente al vertiginoso crecimiento urbano. Dado que éste no fue producto de una cuidadosa planificación, no se acompañó por una expansión descentralizada de los servicios básicos y de la oferta cultural, de manera que el acceso a los mismos se ha dificultado para la mayoría de la población que reside lejos del centro. Pero entre los museos y sus públicos potenciales se tienden no sólo kilómetros de distancia, sino también otras barreras que ha traído consigo el caótico desarrollo urbano, como el congestionamiento vehicular, la violencia y el comercio informal en las calles, que junto con el mayor peso de los medios como la televisión y la radio en el tiempo libre de los habitantes, favorecen la desarticulación de muchos espacios tradicionales de encuentro colectivo y alimentan una creciente segregación social y espacial.

EN BUSCA DEL PÚBLICO DESCONOCIDO

La fuerza adquirida por las industrias culturales y la comunicación masiva de la cultura a domicilio reduce comparativamente el peso del patrimonio histórico y artístico: mientras los museos más concurridos atraen a un millón y cuarto de visitantes por año, estas cifras son superadas diariamente por las audiencias de radio y televisión: más de 80% de la población de la Ciudad de México escucha regularmente la radio durante los días laborales y 90% encuentra en ver televisión la principal actividad de su tiempo libre, según reportan las encuestas elaboradas por el diario *Reforma*. Según el mismo sondeo, en el año 2000, 62% de los entrevistados respondió que nunca asistía a museos y 32% sólo lo hacía rara vez, en el 2001.⁸

En realidad nuestro desconocimiento sobre los museos es similar al que tenemos sobre sus públicos tanto en términos cuantitativos como respecto a cómo se relacionan con las ofertas museográficas, sus expectativas y demandas. En México no existe un ordenamiento sistemático y comparativo de las estadísticas culturales, ni algún organismo dedicado al estudio de este cam-

⁸ Véase "Encuesta sobre Consumo Cultural y Medios", *Reforma*, 12 de abril de 2002.

po. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) da una atención secundaria a la información cultural, y sus cifras son demasiado generales, imprecisas y de difícil comparación de un año a otro. El único esfuerzo por generar información diacrónica que permita analizar las transformaciones de los campos culturales es el realizado anualmente por el periódico *Reforma*, desde 1994, que sólo ha dado una atención específica a los museos a partir del año 2002.

Esta situación empieza a cambiar lentamente. El estudio del consumo cultural en México ha vivido un desarrollo vertiginoso en la última década, fundamentalmente porque ha sido estimulado desde disciplinas y ámbitos diversos y por una gama amplia de demandas, que abarcan desde la búsqueda de democratización de las políticas culturales hasta la mejor mercantilización de las industrias culturales. En su introducción a *El consumo cultural en México*, un texto que fue fundacional para esta área de estudios a principios de los años noventa, se preguntaba Néstor García Canclini cómo era posible que en un país como México, donde al menos desde los gobiernos posrevolucionarios se manifiesta una intensa preocupación por extender los vínculos del arte y la cultura hacia las masas, no se hicieran investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales.⁹ Considero que la razón es que el diseño e implementación de las políticas culturales se desarrolló a lo largo del siglo en un contexto antidemocrático, que consideraba innecesarias las evaluaciones sobre su relación con las necesidades y demandas de los públicos. Con contadas excepciones, las instituciones oficiales carecían de diagnósticos que les permitieran formular, evaluar y reorientar sus políticas.

La primera investigación sobre público de museos —pionera en América Latina— fue realizada por Arturo Monzón en el Instituto Nacional de Antropología e Historia, allá por los años cincuenta. Los escasos estudios de los años setenta y ochenta no tuvieron continuidad ni contagiaron inmediatamente a otras áreas de la cultura. Dentro de estas investigaciones se encuentran la dirigida por Rita Eder sobre “El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer” y la coordinada por Néstor García Canclini.

⁹ Véase Néstor García Canclini (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993.

Pero la sociedad mexicana se ha ido transformando y resultó imposible que la efervescencia de las demandas sociales y políticas que pugnaban por una mayor democratización, notoria desde finales de los años sesenta, dejaran intocadas a las instituciones culturales. Ya en los noventa, la Ciudad de México comenzó a elegir a sus gobernantes y se multiplicaron las asociaciones civiles que representan a sectores antes marginados del sistema político. Las instituciones gubernamentales se vieron cuestionadas y comenzaron los sondeos sobre los destinatarios de sus acciones. Partiendo de que una política cultural democrática requiere superar las formulaciones en una sola dirección y vincular orientaciones globales con demandas reales de la población, los estudios de consumo se veían como necesarios tanto para la adecuada formulación de políticas culturales como para su evaluación.

Mas no fueron solamente las crecientes demandas de la sociedad civil las que movieron a buscar conocer mejor a sus destinatarios a las instituciones gubernamentales. Como ya mencioné, los fondos cada vez más raquíticos con los que operan, las presiones económicas y las nuevas lógicas mercantilistas que se les imponen, han empujado a diversas instituciones a buscar conocer mejor la información sobre su audiencia real y potencial. Durante los años ochenta un número creciente de instituciones culturales desarrollaron sus propias fuentes de financiamiento tales como cuotas de admisión, tiendas, donaciones no gubernamentales, etc., ante la insuficiencia de los financiamientos públicos. Respecto a estas transformaciones en el campo de los museos, se pregunta Graciela Schmilchuk:

¿Es la proliferación inaudita de museos y exposiciones en el mundo, compitiendo entre sí y con otras ofertas culturales? ¿O es quizás el debilitamiento y empobrecimiento de los estados protectores y de las instituciones tradicionalmente patrocinadoras lo que lanza a los museos a buscar un impacto y unos beneficios consensuales y legitimadores que antes no buscaban para subsistir?¹⁰

No obstante las presiones, esta búsqueda no se ha traducido en los museos mexicanos en un desarrollo sistemático de investigaciones de público. La mayor parte de estas instituciones en la Ciudad de México no han estudiado

¹⁰ Véase G. Schmilchuk, "Venturas y desventuras de los estudios de público", en *Cuicuilco (Nueva época)*, v. 3, #7), mayo-agosto, México, 1996.

los perfiles y necesidades de sus visitantes, situación que dificulta el diseño de estrategias comunicativas para una interacción y participación eficaz con ellos: los estudios de público son escasos, en siete museos se han realizado esporádicamente y solo dos tienen un equipo profesional para desarrollarlos sistemáticamente.¹¹ Así lo ha reconocido Graciela de la Torre, directora del Museo Nacional de Arte: “En los museos mexicanos, el público suele ser marginado, pues por lo general muchas de las opiniones se toman desde el escritorio.”¹² Además, los sondeos sobre los visitantes no se traducen en un mayor conocimiento público de las evoluciones de las audiencias, ya que no son dados a conocer más que ocasionalmente, por lo que no resultan acumulativos ni de fácil acceso, como para contribuir a evaluar globalmente las políticas culturales.

Los principales espacios en los cuales se realizan estudios de consumo cultural en México son las universidades y otros centros de investigación. Parte del impulso al desarrollo de las investigaciones en esta área se ha dado por los recursos provenientes de instituciones culturales gubernamentales y por la incursión ocasional de algunos investigadores en estudios para industrias culturales, pero han sido fundamentalmente dinámicas propias de los ámbitos académicos —alimentadas por las discusiones internacionales, los exilios latinoamericanos, así como por el diálogo con las demandas sociales—, las que han tenido una mayor relevancia para el rumbo que han tomado las indagaciones sobre audiencias.¹³

La certeza sobre cuántos visitantes acuden a los museos sigue aún pendiente. No obstante que las cifras oficiales nos muestran un incremento constante tanto de museos como de visitantes en la última década —como puede apreciarse en el Cuadro 1— hay visiones menos optimistas, como la del investigador Felipe Lacouture, quien considera que son sólo unos 15 ó 17 millones de personas —alrededor de 16% de los poco más de 97 millones que habitan en el país— los que visitan anualmente los museos en México, mientras que en Alemania y en Francia 40% y 33% de la población, respectivamente, asiste año con año a esos recintos.¹⁴ Otro contraste lo representa el Museo del Aire y el Espacio de Washington, que recibe a casi diez millones de visitantes al año.¹⁵

¹¹ A. H. Castro, *Op. Cit.*, p. 33.

¹² *Reforma, Cultura*, 14 de mayo de 2003, p. 1.

¹³ Para un balance sobre los estudios de consumo cultural en México, véase Rosas Mantecón, A., “Los estudios sobre consumo cultural en México”, en MATO, D. (Coord.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, CLACSO / Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2002, pp. 255-263.

¹⁴ *Reforma, Cultura*, 18 de septiembre de 2002, p.1.

¹⁵ R. Witker, *Los museos* (Colección Tercer Milenio), Conaculta, México, 2001, p. 9.

Cuadro 1: Museos y visitantes en México según origen

AÑO	MUSEOS	TOTAL VISITANTES	NACIONALES	EXTRANJEROS
1992	182	14 291 493	11 989 979	2 301 514
1993	215	15 601 762	13 278 012	2 323 750
1994	325	19 004 189	16 992 901	2 011 288
1995	348	22 039 831	20 085 238	1 954 593
1996	381	26 548 143	24 532 727	2 015 416
1997	398	34 682 549	31 675 841	3 006 708
1998	412	37 308 078	33 352 561	3 955 517
1999	444	39 874 379	35 623 659	4 250 720
2000	429	36 933 056	33 706 218	3 226 838
2001	478	39 376 606	35 420 023	3 956 583

Nota: incluye la información de los museos identificados en zonas arqueológicas. No incluye museos comunitarios ni salas museográficas ubicadas en otras instalaciones culturales como escuelas, parques, etcétera.

Fuentes: INEGI e Instituto Nacional de Antropología e Historia.

La primera encuesta que sondeó las prácticas de consumo cultural en la Ciudad de México, en 1989, mostró una baja asistencia a los museos: sólo cuatro habían sido visitados alguna vez por más del 5% de la población (el Museo Nacional de Antropología, el de Cera, el del Templo Mayor y el de Historia Natural).¹⁶ De acuerdo con el INEGI, entre 1995 y 1997 los visitantes de museos en la Ciudad de México ascendieron en promedio cada año a 6 millones 41 mil 15 visitantes (5 millones 617 mil 635 nacionales y 423 380 extranjeros). En 2001 la cifra total fue de 16 millones 493 mil 159, triplicándose los visitantes nacionales (15 millones 605 mil 302) y duplicándose los extranjeros (887 mil 857).

Si revisamos las pocas cifras disponibles por museo, encontramos que mientras algunos han incrementado sus públicos, otros los han visto disminuir. Así, mientras entre 1995 y 2000, el Museo Nacional de Arte recibió a 129 mil 071 visitantes en promedio al año, en 2002, después de una profunda reestructuración, la cifra de concurrentes casi se duplicó (240 mil). Aun en un lapso menor de tiempo, el Museo Nacional de Antropología (sin duda, el más visitado de todo el país) atrajo en 2001 a 1 millón 170 mil 948 visitantes y en

¹⁶ N. García Canclini y M. Piccini, "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en García Canclini, N. (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993, p. 50.

2002 a 1 millón 250 mil una cifra ciertamente relevante pero que constituye poco más de la cuarta parte de los que acudieron al Zoológico de Chapultepec ese mismo año, que se ubica enfrente.¹⁷ No ocurrió lo mismo a los museos Mural Diego Rivera y Carrillo Gil, que vieron disminuir sus concurrentes entre 1995 y 2002 (de 97 mil 220 a 96 mil, el primero, y de 71 mil 044 a 36 mil, el segundo).¹⁸

Decía al comenzar este trabajo que los museos son parte de la imagen que México proyecta al extranjero. Sin embargo, son contados los que efectivamente cumplen ese papel: Nacional de Antropología, Templo Mayor, Palacio de Bellas Artes, de Arte Moderno y Frida Kahlo reciben un alto porcentaje de turistas provenientes de otros países, pero en los demás su presencia no es significativa.¹⁹ En el año 2000 llegaron a México 20.6 millones de turistas internacionales, de los cuales la Ciudad de México recibió 2.1 millones. En ese mismo año, de acuerdo al INEGI, sólo 15% de los turistas extranjeros que arribaron visitó los museos en el país (la cifra de visitantes era menor a la del año anterior)²⁰ y 40%, de los que llegaron a la ciudad capital, acudió a dichos recintos. En lo que toca a los visitantes a las zonas arqueológicas del país durante 2000, la proporción de visitantes extranjeros es mayor: la tercera parte de los 9.47 millones que recibieron tales zonas eran turistas provenientes de otros países. Sin embargo, el número de dichos visitantes era muy similar al del año anterior y disminuyó de 3 millones 199 mil 400 en 2000 a 2 millones 641 mil 4 un año más tarde.

BARRERAS ENTRE LOS MUSEOS Y SUS PÚBLICOS. DOS ESTUDIOS DE CASO

¿Quiénes logran llegar a los museos? Aquellos que sortean exitosamente las barreras que dificultan el acceso; los que logran desplazarse y vencer la distribución concentrada e inequitativa de los equipamientos culturales, los que actúan a contracorriente de la tendencia internacional hacia la disminución de la asistencia a espectáculos urbanos, en tanto que crece el consumo a través de aparatos de comunicación masiva en el ámbito familiar y aumenta la inseguridad en las calles; los que pueden pagar el precio de entrada, que en el

¹⁷ En el Bosque de Chapultepec se encuentra la mayor área verde de la ciudad, así como una importante concentración de museos con una oferta diversificada, que va desde el Museo Nacional de Antropología (punto de referencia obligado para el turismo) hasta el Museo del Papalote para niños, pasando por los museos de Historia Natural, el Tecnológico, el de Arte Moderno y el de Arte Contemporáneo Rufino Tamayo. Ahí se encuentra el zoológico, que recibe 5.5 millones de visitantes al año. Véase www.zoologicodechapultepec.com. Por otra parte, resulta ilustrativa la comparación de visitantes atraídos a nivel nacional por museos y zoológicos, según los datos del INEGI, en 2001: mientras el promedio diario de visitantes a museos fue entonces de 173, el correspondiente a los zoológicos fue de mil 897. Algunas zonas arqueológicas tienen un gran atractivo para diversos sectores: a Teotihuacan llegan unos cinco millones de visitantes al año (Witker, 2001, p. 41).

¹⁸ Fuentes: 1995-2000, Coordinación de Asesores de Ignacio Toscano; 2001 INAH y 2002 periódico *Reforma*. La cifra del Museo Nacional de Antropología proviene del *Atlas de Infraestructura Cultural de México*, p. 142.

¹⁹ A. H. Castro, *Op. Cit.*, p. 15.

²⁰ En 1999, los museos del país recibieron 4 millones 250 mil 720 visitantes extranjeros, y un año después sólo 3 millones 226 mil 838.

caso de los museos de la ciudad oscila entre 30 y 35 pesos (aproximadamente 3 dólares, que equivalen a un día de salario mínimo de una población que ha visto disminuir agudamente su poder adquisitivo desde la crisis económica de los años ochenta), pero que puede no ser un obstáculo si se considera que todos los recintos tienen entrada libre a estudiantes y maestros con credencial, a niños menores de 12 años y adultos mayores de 60 y a todo público un día a la semana.

Sabemos que el mercado potencial de la oferta cultural no sólo es cuestión de precio, sino también de contar con las disposiciones incorporadas y adecuadas para poder distinguir, evaluar y disfrutar las prácticas y productos culturales. En la bibliografía internacional sobre consumo cultural se explican su desarrollo y desigualdades según la accesibilidad de los equipamientos, la disponibilidad de recursos económicos, los hábitos culturales previos y la estructuración del tiempo libre en diferentes sectores de la población. A todas estas condiciones las distingue la aguda desigualdad con que se distribuyen entre los habitantes de la Ciudad de México. La combinación de estos obstáculos, la forma en que se potencian unos a otros, genera procesos de segregación cultural y de escaso aprovechamiento de muchos de los servicios culturales existentes.

Pueden aprovechar entonces la oferta cultural quienes tienen el capital cultural y/o pueden pagar por su disfrute como espectadores y, en el mejor de los casos, los que se sienten convidados; quedan excluidos todos aquellos que no saben, que no han oído —en la escuela o en los medios— que el disfrute de los bienes y los servicios culturales es indispensable para lograr una mejor calidad de vida²¹ y que constituyen los no-públicos de la cultura. Las posibilidades de que estos no-públicos se acerquen a los museos se ven limitadas, por otra parte, por las propias comunidades a las cuales pertenecen. Si reconocemos que el consumo no es algo “privado, atomizado y pasivo”, sino “eminente social, correlativo y activo”; y no un “artefacto de los caprichos o necesidades individuales” sino “un impulso socialmente regulado y generado”,²² entenderemos el desinterés de ciertos sectores en los museos: no se debe sólo al débil capital simbólico con que cuentan para apreciar esos mensajes, sino también a

²¹ Idea expuesta por A. Aura, en “La cultura como la dimensión central del desarrollo”, ponencia presentada durante el I Congreso Internacional Cultura y Desarrollo, La Habana, junio de 1999.

²² A. Appadurai, (Ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, Grijalbo / Conaculta, México, 1991, pp. 48-49.

la fidelidad hacia los grupos en los que se insertan. Dentro de la ciudad, son sus contextos familiares, de barrio y de trabajo los que controlan la homogeneidad del consumo, las desviaciones en los gustos y en los gastos.²³

Todas estas disposiciones son las que hacen que se construya un público cuando se logra reducir la distancia social que les separa de aquellos productos y prácticas. En una encuesta aplicada en todo el país a principios de los años noventa, trascendió que la mayoría de la gente percibe “cercana” a su vida y experiencia urbana los templos (campo religioso), las escuelas (campo educativo) y las clínicas (campo de la salud). A medida que se avanza hacia recintos más cargados del sentido social construido para el arte, mayor es la distancia de la percepción; mientras más se acerca al núcleo del equipamiento del campo artístico (salas de concierto, galerías y cines de arte), menor es la cantidad de personas que les percibe, ya no digamos, ni siquiera lejanas. Ello deja fuera por completo de la experiencia artística a una parte enorme de la población.

Cuadro 2. Uso del equipamiento cultural público en México.
Población que nunca ha estado (1993)

Equipamiento	Total
Cine	22.8%
Museo	36.4%
Biblioteca pública	41.5%
Teatro	46.5%
Casa de la cultura	51.1%
Auditorio	51.9%
Sala de conciertos	62.1%
Cine de arte	66.6%
Galería de arte	67.6%

²³ García Canclini, N., *Consumidores y ciudadanos*. Grijalbo, México, 1995, p. 49.

²⁴ Véase González, J., y M. Chávez, *La cultura en México*, Conaculta / Universidad de Colima, México, 1996.

²⁵ González, J., y M. Chávez, *La cultura en México*, Conaculta / Universidad de Colima, México, 1996, pp. 45-46.

Fuente: “Proyecto Formación de Ofertas Culturales y Públicos”²⁴

Hay una evidente distancia social que jamás le permitirá a un sector no sólo entrar a los recintos culturales, sino siquiera percibirlos como parte de su posible experiencia cotidiana.²⁵ Esa distancia social tiene una clara marca de clase, como se puede apreciar en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Recintos culturales visitados según nivel socioeconómico (1993)

	Total	Alto	Medio	Bajo
Museo	46.3%	61.7%	48.4%	42.5%
Casa de la cultura	32.6%	45.3%	36%	28.3%
Biblioteca pública	38.4%	44.6%	39.6%	36.8%
Sala de conciertos	22.8%	36.5%	24.7%	19.5%
Auditorio	32.3%	42.2%	34.1%	29.6%
Cine de arte	17.5%	32.2%	19.6%	13.9%
Galería de arte	17.6%	34.7%	18.6%	14.5%

Fuente: "Proyecto Formación de Ofertas Culturales y Públicos"

Hay otro tipo de barreras que dificultan a los habitantes de la ciudad gozar de las ofertas culturales, entre ellas la arquitectura y la imagen urbana, que expondré a través de un estudio de caso sobre las representaciones del patrimonio en el Centro Histórico.²⁶ Me refiero a la monumentalización y sacralización del patrimonio, que les impiden reconocerse colectivamente en él, así como participar de manera activa en las políticas referidas a su entorno.

Primer estudio de caso

La sacralización como obstáculo. Los no públicos del patrimonio del Centro Histórico de la Ciudad de México

La mayor concentración de monumentos prehispánicos y coloniales, no sólo de México sino de América Latina, la encontramos en el Centro Histórico de la Ciudad de México: restos arqueológicos y edificaciones históricas, varios de los principales museos de arte e historia, teatros, cines, parques y plazas. Se trata de un territorio que condensa seis siglos de historia urbana y que, no obstante la multiplicación de numerosos subcentros en la ciudad capital, continúa siendo el punto de referencia simbólico y político por excelencia. Su historia ha sido la de vastas construcciones que vieron transcurrir por ellas a ricos habitantes que cedieron el paso a inquilinos menos afortunados que vienen siendo

²⁶ El estudio de este proceso se desarrolló a través de revisión documental, encuestas y entrevistas en profundidad a los nuevos propietarios de los inmuebles rehabilitados en el Centro Histórico de la Ciudad de México tras los sismos de 1985. Véase A. Rosas Mantecón, "La monumentalización del patrimonio: políticas de conservación, representaciones del espacio en el Centro Histórico", en N. García Canclini (Coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Grijalbo / UAM-Iztapalapa, México, 1998. pp. 182-203.

progresivamente expulsados hacia tugurios periféricos por la expansión de las actividades de comercio y servicios.

No obstante la cercanía geográfica, los habitantes del Centro Histórico se encuentran lejos, simbólicamente, de dicha oferta. De ahí el bajo uso que realizan del equipamiento y de la oferta cultural. La inequidad en el acceso a la cultura se manifiesta así no sólo en la concentración de los circuitos de distribución de la oferta cultural y los principales equipamientos, sino también en la desigualdad en cuanto a la formación artística y cultural que les impide imaginarse siquiera como consumidores potenciales de la muy grande oferta cultural de la zona.

Si bien a nivel mundial ha ido en aumento el consenso en torno a la ampliación del concepto de patrimonio cultural, para que comprenda no sólo lo producido en el pasado sino también bienes culturales actuales, no sólo lo tangible (como los monumentos arquitectónicos) sino también lo intangible (como las tradiciones y las lenguas), y no sólo los bienes producidos por las élites sino también lo popular, en realidad encontramos que la extensión de la definición de patrimonio no se ha correspondido ni con la legislación ni con las políticas de conservación. Así como el patrimonio intangible recibe considerablemente menos apoyo que el tangible, el popular se encuentra en desventaja frente a otras producciones culturales que gozan de mayor “legitimidad”. Las jerarquías en la aplicación presupuestal han sido señaladas en múltiples ocasiones.

En el mismo sentido, las políticas estatales de protección de monumentos han estado regidas en general por criterios monumentalistas. Para empezar, no hay un acuerdo entre las instituciones involucradas en la conservación del patrimonio en torno al número y tipo de monumentos que deben ser conservados. Al delimitarse de manera oficial el Centro Histórico, en el decreto se incluyó una lista de edificios que se consideraron como monumentos históricos fundamentalmente por su valor y relevancia arquitectónica. Sin embargo, gran cantidad de edificaciones utilizadas como viviendas no aparecían en esa lista, sobre todo por el criterio monumentalista con el que fue elaborada, y que desdeña las muestras de arquitectura popular que desde otro punto de vista podrían ser consideradas parte del patrimonio del Centro Histórico, aun en el

caso de las que no son evidencias únicas pero que se integran adecuadamente al conjunto arquitectónico y le dan su carácter peculiar a calles y barrios. En la búsqueda de legitimación a través de la utilización de determinados espacios (como ocurrió en el caso del Zócalo y del Templo Mayor, cuyos casos analizaré en seguida), el Estado ha sacralizado funciones y jerarquías que, por otra parte, le han permitido legitimar o excluir otros usos. Una y otra vez se ha hecho patente el desprecio por la conservación de los inmuebles históricos o artísticos con función de vivienda. Pasaron sobre ellos la apertura y prolongación de calles (como la del Paseo de la Reforma en los años sesenta), la construcción de conjuntos de multifamiliares (como el de Tlatelolco) y, aun en coyunturas especialmente favorables para la rehabilitación, como fue la postsísmica, fueron desatendidos en su mayoría.²⁷

La jerarquía simbólica del patrimonio que, como mostré, subyace en las políticas de definición y conservación de monumentos, es compartida por diferentes sectores sociales. El Centro Histórico es apreciado por el conjunto de la población como un espacio emblemático pero, si bien es innegable esta valoración positiva general del conjunto monumental, una mirada más atenta nos permite vislumbrar que en ese conjunto reconocido no se incluye de la misma manera a todo el patrimonio: tiende a valorarse más lo prehispánico que lo colonial, lo arquitectónico que lo intangible, lo monumental que lo popular.

Si atendemos a lo que dijeron los entrevistados —habitantes de vecindades rehabilitadas tras los sismos de 1985— sobre los espacios del Centro Histórico que se mostrarían a un visitante, el Zócalo es sin lugar a dudas el más importante. Constituye un espacio fundamental para mostrarnos pero también para reconocernos. Así, ante la pregunta de a qué lugares llevaría a pasear a sus hijos, también el Zócalo fue la opción más socorrida para una cuarta parte de los entrevistados.

No ocurre lo mismo con otros exponentes de nuestro patrimonio, como el Palacio de Bellas Artes, que pareciera constituir un espacio que funciona para mostrarnos orgullosamente hacia el exterior pero no como ámbito deseado de socialización que forme parte del mundo cotidiano. Mientras 7.6% llevaría a un visitante a Bellas Artes, tan sólo 1.5% considera relevante que sus hijos lo

²⁷ No obstante su limitado rango de acción (apenas 9% de los monumentos que se utilizan como vivienda), se restauró un mayor número de inmuebles que los intervenidos en varias décadas de vigencia de las leyes y decretos de protección al Centro Histórico. Véase Renovación Habitacional Popular, *Memoria de la reconstrucción*, RHP, México, 1988.

conozcan. Por su parte, la Alameda Central —el mayor parque de la zona— goza de las mayores simpatías como espacio de recreación familiar para poco más de la quinta parte de los encuestados, mientras apenas 4.7% llevaría allí a un visitante. Su carácter cotidiano, al igual que el del Zócalo, fue ampliamente mostrado cuando los interrogamos sobre los mejores y los peores lugares para pasear, y ambos espacios fueron seleccionados como los más atractivos.

Podría formular la hipótesis de que el patrimonio monumental, constituido por aquellas obras únicas cuya relevancia arquitectónica o histórica cuenta con amplio consenso, tiene como función estructurar la imagen urbana en el centro de la ciudad, más que servir como un equipamiento cuyo uso sea frecuente; por tanto, su papel podría valorarse como más emblemático que cotidiano. Así, al mostrarles un conjunto de fotografías de espacios característicos de la zona central, de manera general 66.4% no los había visitado en el último año. Bellas Artes fue reconocido prácticamente por todos los entrevistados, pero sólo un mínimo porcentaje lo había visitado alguna vez.

La no cotidianeidad de los habitantes de vecindades rehabilitadas en su relación con los monumentos se vincula estrechamente a la sacralización de que son objeto, así como a la asociación entre patrimonio y funciones educativas y culturales. Ante la posibilidad de que se permitiera el uso de pirámides o iglesias para diversas actividades, 77% (en promedio) se manifestó en contra; el único uso medianamente tolerado fue la realización de conciertos de música clásica, considerada como legítima, ya que pertenece, junto con ciertas obras monumentales, a la alta cultura.

Cuadro 4. Opinión (%) sobre el uso de pirámides o iglesias para

	A favor	Le da igual	En contra
Rock	16.8	3.4	79.8
Fiestas	13.9	2.1	84.0
Música clásica	46.6	4.2	48.7
Concursos de belleza	16.4	2.1	81.5
Comerciales	36.6	3.4	60.1
Recepciones oficiales	25.2	3.8	71.0

Fuente: “Encuesta a habitantes de vecindades rehabilitadas tras los sismos de 1985”²⁸

²⁸ Véase A. Rosas Mantecón, “La monumentalización del patrimonio: políticas de conservación, representaciones del espacio en el Centro Histórico”, en N. García Canclini (Coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Grijalbo / UAM-Iztapalapa, México, 1998.

La pregunta sobre el uso deseable de un convento rehabilitado nos permite mostrar más claramente el distanciamiento y la reverencia hacia los monumentos. Frente a las opciones con mayor porcentaje de aceptación, como las de convertirlo en museo (36%), escuela (31%) y biblioteca (12%), es destacable el bajo porcentaje que consideró usos menos sacralizados y más cotidianos como vivienda (3%), hospital (7%), gimnasio (1%) u oficina (0.8%). Se presenta una asociación entre monumento y, por lo tanto, pasado, con un uso educativo y/o escolarizado. El problema con el distanciamiento de que es objeto el patrimonio es que obstruye las posibilidades de que sea apropiado como referente identitario y como espacio para el disfrute y el enriquecimiento cultural. Extraña paradoja: la gente que vive en el espacio donde se concentran con mayor intensidad las expresiones del patrimonio no puede apropiarse de ellas, en mayor o menor medida le son ajenas.

La sacralización y monumentalización del patrimonio imponen barreras para que la población pueda apropiárselos en su vida cotidiana y están en la base de procesos de exclusión social, como el que durante décadas reservó el Zócalo para los rituales políticos del partido dominante. El Zócalo²⁹ es el nombre popular de la plaza principal del centro de la Ciudad de México. Fue durante varios siglos un espacio pleno de vida comercial, política, religiosa, propicio para la recreación y la sociabilidad de los habitantes de la urbe. Desde mediados del siglo XIX el poder gubernamental inició un largo proceso de apropiación: paulatinamente se fue haciendo desaparecer cualquier rastro de actividades que no fueran las ceremoniales: se quitaron jardines, bancas y fuentes, se expulsaron tranvías y comerciantes populares para dejar sólo una plataforma de cemento vacía y una bandera al centro, flanqueada por edificios que encarnan el poder de la Iglesia y el Estado, así como algunos exclusivos hoteles y comercios. Al igual que otras plazas del mundo, como las de las capitales rusa y china, el Zócalo se destinó a las manifestaciones masivas organizadas por el partido hegemónico que gobernó por más de siete décadas. Convertido en símbolo del poder central, no acogió sino las ceremonias oficiales hasta 1968, cuando la oposición disputó cada vez más exitosamente este espacio y se volvió entonces instrumento de calibre político, donde se evalúa la capacidad de movilización de los partidos.

²⁹ Su denominación viene del proyecto decimonónico de adornar la plaza principal con un monumento a la Independencia que quedó inconcluso: sólo se levantó el basamento o zócalo sobre el cual iba a erigirse.

En 1997, al arribar al gobierno de la ciudad el Partido de la Revolución Democrática, se decidió recuperar el uso colectivo de diversos espacios públicos para contrarrestar la inseguridad e impulsar la sociabilidad urbana. El Zócalo capitalino volvió a atraer visitantes que pudieron disfrutar de una oferta cultural variada y gratuita: exhibición de películas, espectáculos masivos (conciertos, danza, poesía, teatro), concursos de ajedrez, fiestas populares, etc. La variedad de artistas presentados (Madredeus, Cesarea Evora, Manu Chao, Pablo Milanés, Charlie García, entre otros) rompió el carácter “popular” de los eventos organizados por el gobierno de la ciudad, convirtiéndolos en actos multclasistas de convivencia democrática, verdaderamente excepcionales en una ciudad crecientemente fragmentada.³⁰

Segundo estudio de caso

¿Un museo fallido? La mitificación del pasado prehispánico en el Museo del Templo Mayor

*Aquel 28 de febrero de 1978 sentí pleno y redondo el poder: podía, por mi voluntad, transformar la realidad que encubría raíces fundamentales de mi México, precisamente en el centro original de su historia, [... poner], junto a la plaza donde está el templo del crucificado, el de la descuartizada.*³¹

José López Portillo, presidente de México (1976-1982)

³⁰ Véase Nivón, E. y Ana Rosas Mantecón, “México: la política cultural del gobierno del Distrito Federal 1997-2000. Notas para un balance”, en Lacarrieu, M. y M. Álvarez, (Comp.), *La (in)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*, Ediciones Ciccus / La Crujía (Colección Signo-Comunicación y Sociedad), Buenos Aires, 2002. pp. 141-171.

³¹ Se refiere a la Coyolxauhqui, un monolito circular de cantera, perteneciente a la cultura mexica y que representa a la diosa de la luna en forma de mujer descuartizada. Los restos del Templo Mayor se encuentran al lado de la Catedral Metropolitana, de ahí la referencia de López Portillo al “crucificado”.

En la jerarquía del patrimonio que comparten con otros sectores sociales los habitantes del Centro Histórico, las producciones culturales prehispánicas son más valoradas que las producidas en el período colonial. Al entrevistarlos y exponerles el caso de las excavaciones del Templo Mayor, pregunté por su parecer acerca de la demolición de una manzana completa de edificios coloniales —realizada por el gobierno a finales de los años setenta del siglo XX, para poner al descubierto los restos de la pirámide que formaba parte del recinto sagrado que ocupaba el centro de la capital azteca antes de su destrucción por los españoles—. Estuvo de acuerdo 70%, argumentando que vale la pena evidenciar “la historia más antigua”, que “es más mexicano

lo arqueológico” y que el deterioro era “inevitable”. Esto muestra las huellas del proyecto nacionalista que finalmente triunfó hace un siglo, cuando vemos que el aprecio por lo colonial fue manifestado expresamente por apenas 3.1%.

La noción de patrimonio se forjó en México al mismo tiempo que el nacionalismo. Al consumarse la conquista de México, todo lo relacionado con el mundo prehispánico fue severamente atacado, pero a finales del siglo XVIII las manifestaciones independentistas propiciaron que las miradas se volvieran hacia el México precortesiano que fue convertido en antecedente glorioso y fundamento histórico del nuevo Estado. A partir de entonces, la cultura mexicana ocupó un lugar central en las políticas oficiales de definición de la identidad nacional, que siempre la presentaron monumental y grandiosa.

En un estudio que realicé sobre los públicos del Museo del Templo Mayor (MTM) en 1990³² encontré que alrededor de dos terceras partes de los visitantes entrevistados mostró una imagen idealizada de los mexicas, no obstante que entre los objetivos explícitos del guión museográfico estaba su desmitificación. Al analizar las respuestas a la pregunta sobre si les hubiera gustado vivir en el tiempo de los mexicas, resultó significativo que la identificación con este grupo prehispánico no surgiera de un conocimiento objetivo de éste, sino muchas veces del desconocimiento. La apropiación del patrimonio mexicana está mediada no sólo por el nivel educativo o de ingresos: encuentra sus raíces en la vida cotidiana del público, en sus necesidades inmediatas. Sobre el mito de los mexicas se proyectan así expectativas, frustraciones y sueños.

La empresa desmitificadora es emprendida por el MTM fundamentalmente a través de dos vías: la distribución de las piezas dentro de un ordenamiento que busca contextualizarlas (aunque no siempre se logra, se trata de presentar en cada sala lotes de objetos relacionados con el tema respectivo) y por medio de las cédulas introductorias a cada sala. La narración que proponen, sin embargo, debe competir con otra, la vivencial (uno la va armando con la experiencia de la teatralidad), que es acentuada a través de la oscuridad dominante que envuelve sorpresivamente al visitante. La luz está dirigida hacia los objetos y las cédulas que se encuentran grabadas sobre vidrio biselado. En

³² La investigación sobre el Museo del Templo Mayor formó parte del proyecto general *Políticas, necesidades y consumo cultural en la ciudad de México*, coordinado por Néstor García Canclini. Para el estudio utilicé una combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación: se muestran así datos provenientes de fuentes bibliográficas y hemerográficas, revisión documental del archivo del MTM, entrevistas, análisis estadístico de encuestas y observación directa.

varias de las salas se puede considerar que éstas fueron creadas fundamentalmente para ser admiradas como tallas: leerlas requiere un gran esfuerzo dada la escasa iluminación y el material transparente del que están hechas.

Es tal el peso de la teatralidad que el visitante se ve impulsado a vivenciar la admirable puesta en escena, más que a reflexionar sobre los contenidos ofrecidos, que pierden peso ante el sentido general que produce el manejo de los objetos y los espacios. Hay una desproporción entre los medios utilizados para la transmisión del mensaje: como la desmitificación se basa preponderantemente en las cédulas y la organización de algunas salas, encuentra grandes dificultades para ser efectiva. Las cédulas con perspectiva crítica resultan inefectivas frente a la museografía monumental; ésta le permite al Estado buscar su legitimación a través de la teatralización de su unidad con el pasado prehispánico. El peso de dicha concepción en el museo se ve reforzado, además, por su localización justo al lado del Palacio Nacional, la Catedral Metropolitana y el Zócalo, pilares fundamentales para la identidad nacional. Sin embargo, no podemos atribuir al contacto con el MTM la responsabilidad exclusiva de la mitificación de los mexicas. Dicha visión, que es la base para la construcción de nuestra “conciencia de nación excepcional”, como lo manifestó tan diáfananamente José López Portillo, corresponde a una particular idea de la nacionalidad mexicana, hegemonizada también a través de la escuela y los medios de comunicación.

Busqué ir más allá en el análisis de la relación emisión-recepción, sondeando hasta dónde se da, por parte del público, un proceso activo de apropiación diferenciada de las propuestas del MTM, dependiendo de edad, nivel de escolaridad, origen social, hábitos de consumo, etc. Si bien es cierto que la oferta del museo se realiza a la manera de un texto, a través del cual se restringen y/o inducen las posibilidades de lectura, este texto no es omnipotente: no podemos deducir, de la caracterización de lo que se ofrece, lo que el público recibe. Esto se debe fundamentalmente a dos factores: por un lado, la oferta de todo museo es múltiple y compleja, debido a que existen diferentes niveles de emisión del mensaje (las cédulas escritas, la colocación de los objetos, su iluminación, la organización de las salas, las visitas guiadas, etc.). Por otra parte, la emisión-recepción se ve también mediada por la heterogeneidad del

público, que en el caso del MTM se diferencia a grandes rasgos en dos grupos: el que acude el fin de semana y el de entre semana.

En general, mientras entre semana acuden visitantes que se acercan más al perfil clásico del público de museos (estudiantes y empleados, que asisten preferentemente solos o en pequeños grupos), el público del domingo se encuentra más diversificado (está constituido por aquellos que van a pasear al Zócalo y sienten curiosidad por conocer el museo ya que lo tienen enfrente): tiende a tener una menor escolaridad que el de entre semana, ocupaciones diversas, menores ingresos y la cantidad de familias con niños pequeños aumenta considerablemente, por lo que las visitas son menos detenidas y la apreciación más superficial. Corroboró lo anterior el hecho de que el fin de semana menos de la tercera parte de los asistentes leyó la mayoría de las cédulas, frente al público de entre semana, del cual más de la mitad las leyó. Al observar el tiempo de estancia en cada sala, encontré que permanecían un mayor tiempo en ellas cuando había información verbal disponible (por parte de custodios o guías). En el mismo sentido, identificamos una tendencia hacia una actitud más crítica hacia los mexicas en los que asisten entre semana y más idealizadora el fin de semana.

Las posibilidades de tomar en cuenta a los públicos diversos que concurren al museo se incrementan en la medida en que se explicita y cuestiona el “público implícito” del MTM y todos los dispositivos adecuados exclusivamente a él. Este “público implícito” en cualquier oferta cultural convoca a los elegidos, esto es, crea sus propias audiencias, de diversas maneras. Se trata de una oferta de comunicación que busca su recepción adecuada, ideal. Wolfgang Iser lo llamó “lector implícito” y Umberto Eco “lector modelo”. De la misma manera que cada texto contiene ya a un lector, que no es un lector real, sino un constructo que influye en el modo de lectura y en el efecto del texto en los lectores, los dispositivos de información y comunicación de los museos contienen implicaciones, presuposiciones, intenciones y estrategias integradas en ellos mismos y en la manera en la que se despliegan en los espacios del museo. No son igualmente bienvenidos los otros públicos, esto es, aquellos que no leen las cédulas, que van en familia, que hacen una visita más rápida y que cuentan con mucho menor capital cultural que los interlocutores “ideales” del

MTM. El cuestionamiento del “público implícito” en el museo abre las puertas a políticas educativas, de difusión y promoción diferenciadas, de acuerdo a las necesidades y demandas de públicos también diferenciados.

¿PARA QUÉ ESTUDIAR A LOS PÚBLICOS?

Si el amor al arte es la señal de la elección que separa como infranqueable a los elegidos de los no elegidos, se comprende que los museos traicionen, en los menores detalles de su morfología y de su organización, su verdadera función que es la de reforzar en unos el sentimiento de pertenencia y en los otros el sentimiento de exclusión.

Pierre Bourdieu y Alain Darbel, *L'amour de l'art*

Aquellos que logran llegar a los museos y constituirse en sus públicos son los vencedores de una larga carrera de obstáculos: han recorrido la distancia geográfica que separa estos espacios culturales, alejados del ámbito cotidiano de la mayoría de los habitantes de la ciudad; pagaron su traslado y el precio del boleto en los casos en los que no podían gozar de alguna exención; adquirieron, en su familia y/o en la escuela, un determinado capital cultural que les permite ingresar, en diversas medidas, a lo que ofrece el museo; recorrieron la distancia simbólica que aleja a muchos del patrimonio sacralizado, producto de su construcción social jerarquizada; y dejaron el abrigo de sus hogares, venciendo la poderosa atracción que ejerce la oferta mediática. Una vez en el museo, es posible que los que no forman parte del público implícito deban enfrentar barreras en los dispositivos de comunicación e información, aun en el trato que les brinda el personal de custodia. Muchos no llegan, y de hecho, ni lo intentan: no son, ni se sienten, convidados.

Quién arriba o no a los museos, no fue durante mucho tiempo objeto de la atención prioritaria por parte de éstos: lo relevante era acrecentar, proteger e investigar sus acervos, así como ponerlos en escena de acuerdo a criterios decididos sin consultar a los concurrentes. He relatado la multiplicidad de factores que han impulsado el cambio de esta situación y que formulan nuevos

retos a los museos, entre ellos el de atraer nuevos públicos y generar recursos, pero también el de reconceptualizar su función como instituciones incorporadas al desarrollo económico y cultural de la sociedad contemporánea.

Buscando asumir estos retos, algunos museos han intentado tornarse en lugares más acogedores, desarrollando sistemas interactivos, espacios lúdicos, talleres y actividades educativas vinculadas a las exposiciones. Las estrategias ensayadas para captar nuevos públicos abarcan desde la mejoría de la visibilidad en sus anuncios y carteleras, la promoción en los medios, la realización de actividades paralelas (conferencias, festivales, ciclos de cine, conciertos, etc.), hasta la remodelación de la tienda y la cafetería. Otros también se han preocupado por llevar su oferta a los que no se acercan, a través de exposiciones fuera de los recintos tradicionales (en el Sistema de Transporte Colectivo Metro, sobre las rejas de Chapultepec, e incluso en las cárceles), o elaborando páginas de internet donde se muestran las colecciones de manera virtual a “visitantes” de todo el planeta.

La vinculación de los museos con las necesidades de su entorno pasa por el necesario cuestionamiento del monólogo que ha guiado su funcionamiento. Como ha señalado Silvia Singer, presidenta del Consejo Internacional de Museos (ICOM) México:

el siguiente desafío de los museos es, además de estudiar y manejar su colección, conocer de manera muy especial a sus públicos, en plural. Esto es un cambio de paradigma muy importante, porque hasta hace algún tiempo se hablaba de un público en general o de públicos especializados; pero los visitantes deben conceptualizarse en muchos más grupos, todos ellos con necesidades y objetivos distintos.³³

Lejos de haber un perfil homogéneo de asistencia, podemos reconocer que cada museo tiene una personalidad propia que atrae a una gama particular de visitantes con intereses específicos, que deben ser identificados para poder ser atendidos.

Resulta preocupante que en lugar de considerar a los visitantes como punto de partida para el diseño de las actividades de los museos, se continúen operando estas instituciones a partir de las directrices de los dirigentes, sin

³³ *Reforma, Cultura*, 24 de junio de 2003, p. 3.

considerar las expectativas y necesidades de sus heterogéneos públicos. El impacto de los estudios de público ha sido aún limitado sobre el diseño y evaluación de políticas culturales en México. En ocasiones, los estudios se realizan y se reciben por una estructura burocrática que no está diseñada para transformarse en función de lo que plantean, lo cual dificulta que las investigaciones sobre los públicos tengan el impacto deseado. En otros casos la realización de encuestas es producto de una mera búsqueda de legitimación por parte de autoridades gubernamentales (muchas veces utilizadas como lo llegan a hacer los partidos políticos, como mera propaganda).

Hay diversas áreas en las que los estudios de audiencias pueden presentarse como especialmente sugerentes y que están prácticamente inexploradas. Una de ellas es la formación de públicos. Si tomamos en cuenta que los públicos no nacen, sino se hacen, esto es, que son constantemente formados y deformados por la familia, la escuela, los medios, las ofertas culturales comerciales y no comerciales, entre otros agentes que influyen —con diferentes capacidades y recursos— en las maneras como se acercan o se alejan de las experiencias de consumo cultural, las políticas de formación de públicos pueden ser repensadas a la luz de las investigaciones realizadas. En general, las instituciones gubernamentales encargadas de la promoción y la difusión cultural han limitado la formación de públicos a la multiplicación de ofertas y la publicidad, pero todo esto no se ha transformado en experiencias reales de formación de la capacidad de disfrute del arte. Ante la ineffectividad estatal, niños, jóvenes y adultos se forman como públicos fundamentalmente por la televisión y la oferta comercial.

A través de los estudios de público se pueden detectar necesidades comunes de grupos diversos. Aproximadamente la mitad de los museos de la Ciudad de México están ubicados en el Centro Histórico y ante la ausencia de un tratamiento integral a la problemática común que enfrentan en esta zona, el ambulante, la inseguridad y la delincuencia han originado una reducción de la afluencia de visitantes.³⁴ Por la concentración de museos, no sería difícil crear redes de vigilancia que garanticen la seguridad de los visitantes, implementar acciones conjuntas de regeneración urbana para mejo-

³⁴ A. H. Castro, "Los museos de la Ciudad de México", inédito.

rar la imagen del entorno de los museos, así como apoyar su vinculación con la población circundante, con los habitantes de las colonias periféricas y con el turismo.

El reto de la inclusión en los museos pareciera incuestionable. Sin embargo, los impulsos que lo motivan pueden ser contrapuestos: por una parte, el de democratizar el acceso a la cultura y, por la otra, el de realizar una mejor mercantilización de estos espacios. La clave para diferenciarlos pareciera residir en cómo se convoca a los públicos: como clientes a complacer o como ciudadanos con derechos comunicacionales y culturales. Como ha señalado Graciela Schmilchuk,

el reto no es aumentar audiencias, sino acrecentar la comprensión de los mecanismos de exclusión y las fuerzas actuantes en la institución y en el campo cultural, con el fin de poder intervenir en ellos; entablar diálogos cada vez más abiertos con sectores interesados y participantes y, de acuerdo con ello, de este modo brindar una gama variada y compleja de servicios adecuados, en relación con las colecciones u objetivos del museo y con las características socioculturales de los públicos efectivos y potenciales. El reto es que la relación museo-sociedad sea el verdadero soporte y fuerza de la institución.³⁵

No se trata pues de simplificar o espectacularizar los recursos museográficos para hacer más rentable la institución, sino de atraer y atender a la mayor diversidad posible de públicos, reconociendo que el objetivo principal es el combate a la inequidad en el acceso a la cultura.

³⁵ Schmilchuk, G., "El público: clientes o ciudadanos con derechos", en *La voluntad de mostrar, el ingenio de ver. Museos de México y del mundo*, (vol. 1, #1, primavera de 2004), Conaculta / INAH / INBA, México, p. 59.

Bibliografía

- Appadurai, A. (Ed.), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, Grijalbo/Conaculta, México, 1991.
- Aura, A., "La cultura como la dimensión central del desarrollo", ponencia presentada en el *I Congreso Internacional Cultura y Desarrollo*, La Habana, junio de 1999.
- Castro, A. H., "Los museos de la Ciudad de México", inédito.
- Cimet, E., et al, *El público como propuesta: cuatro estudios sociológicos en museos de arte*, INBA, México, 1987.
- AA. VV., *Atlas de Infraestructura Cultural de México*, Conaculta, México, 2003.
- Coordinación de Asesores de Ignacio Toscano, *Informe sobre los Museos del Instituto Nacional de Bellas Artes*, inédito.

- Eco, U., *Lector in fabula*, Lumen, Barcelona, 1981.
- Eder, R. et al., "El público de arte en México: los espectadores de la exposición Hammer", en *Plural*, (v. IV, # 70), julio de 1977, México, pp. 12-23.
- García Canclini, N., "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", en *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993, pp. 15-42.
- García Canclini, N., *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México, 1995.
- García Canclini, N., y M. Piccini, "Culturas de la ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en García Canclini, N. (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993, pp. 43-85.
- González, J., y M. G. Chavez, *La cultura en México*, Conaculta / Universidad de Colima, Colima, 1996.
- AA. VV., *Cuaderno Estadístico de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México*, INEGI / GDF / GEM, México, 2002.
- Iser, W., "El acto de la lectura. Consideraciones previas sobre una teoría del efecto estético", en Dietrich, R. (Comp.), *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria*, UNAM, México, 1993, pp. 121-143.
- Messmacher, M., *México: megalópolis*, SEP/ Foro 2000, México, 1987.
- Monzón, A., "Bases para incrementar el público que visita el Museo Nacional de Antropología", en *Anales del Instituto Nacional de Antropología e Historia (tomo VI, 2ª. Parte)*, México, 1952.
- Nivon, E., y Ana Rosas Mantecón, "México: la política cultural del gobierno del Distrito Federal 1997-2000. Notas para un balance", en Lacarrieu, M., y M. Álvarez (Comp.), *La (indigestión) cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*, Ediciones Ciccus-La Crujía (Colección Signo, Comunicación y Sociedad), Buenos Aires, 2002, pp. 141-171.
- Petit, M., *Nuevos acercamientos a los jóvenes y a la lectura*, FCE, México, 1999.
- AA.VV., *Memoria de la reconstrucción*, Renovación Habitacional Popular, 1988.
- Rosas Mantecón, A., "La puesta en escena del patrimonio mexicana y su apropiación por los públicos del Museo del Templo Mayor", en García Canclini, N., *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993, pp. 197-233.
- Rosas Mantecón, A., "La monumentalización del patrimonio: políticas de conservación, representaciones del espacio en el Centro Histórico", en García, Canclini, N. (Coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Grijalbo / UAM-Iztapalapa, México, 1998, pp. 182-203.
- Rosas Mantecón, A., "Los estudios sobre consumo cultural en México", en Mato, D. (Coord.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, CLACSO/Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2002, pp. 255-263.
- Schmilchuk, G., *Museos: comunicación y educación. Antología comentada*, INBA / Dirección de Investigación y Documentación de las Artes / CENIDIAP, México, 1987.
- Schmilchuk, G., "Venturas y desventuras de los estudios de público", en *Cuicuilco*, (nueva época, v. 3, # 7), México, mayo-agosto de 1996 pp. 31-57.
- Schmilchuk, G., "El público: clientes o ciudadanos con derechos", en Conaculta (Ed.), *La voluntad de mostrar, el ingenio de ver. Museos de México y del mundo (vol. 1, #1)*, Conaculta / INAH / INBA, primavera de 2004, pp. 58-59.
- Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal 2001, *Agenda Estadística de Turismo*, GDF, México, 2001.
- Sunkel, G., (Coord.), *El consumo cultural en América Latina*, CAB, Santafé de Bogotá, 1999.
- Witker, R., *Los museos*, Conaculta (Colección Tercer Milenio), México, 2001.
- Zwingle, E., "Ciudades", en *National Geographic*, Ed. Televisa International, noviembre de 2002, pp. 70-99.

UN VISTAZO AL SISTEMA NACIONAL
DE CAPACITACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN DE
PROMOTORES Y GESTORES
CULTURALES DE MÉXICO

DIRECCIÓN DE CAPACITACIÓN CULTURAL - DGVC - CONACULTA



FUNDAMENTACIÓN

El crecimiento del sector cultural de México en los últimos 20 años ha permitido un incremento significativo en la oferta de bienes y servicios, así como el diseño de políticas culturales acordes con las vertiginosas transformaciones del país, pero exige cada vez mayor calificación profesional de promotores y gestores culturales. Desde mediados de la década de los ochenta se inició un importante proceso que dio como resultado la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), los institutos estatales de cultura, una enorme red de bibliotecas, la Red Nacional de Festivales, y las casas de cultura en los municipios. Asimismo nacieron proyectos independientes y asociaciones civiles locales, regionales y de carácter nacional para el desarrollo cultural comunitario.

Ese crecimiento de infraestructura, de programas y redes culturales, no fue acompañado por una estrategia de formación y profesionalización de los cuadros especializados y de los promotores encargados de llevar a cabo los proyectos específicos y la vinculación de éstos con las comunidades.

El propósito del Estado mexicano de “ciudadanizar” las políticas culturales, supone la participación en la toma de decisiones por parte de un cada vez mayor número de personas involucradas en la creación, preservación, investigación, difusión y gestión de proyectos e iniciativas que impulsen el desarrollo cultural nacional. Dicha toma de decisiones también supone el reto de la pertinencia, la sensibilidad y eficacia en el manejo del instrumental teórico y metodológico adecuado, a fin de que los resultados de cual-

quier proyecto cultural sean los que espera y requiere una sociedad cada vez más exigente.

La promoción cultural se ha constituido en una práctica sumamente relevante para el diseño e instrumentación de políticas culturales. Sin embargo, ante la ausencia de ofertas de capacitación y de formación universitaria o informal, esta tarea quedó en muchas ocasiones restringida a prácticas dispersas, inconexas y de bajo perfil, por estar orientadas bajo la improvisación y la intuición. El método de prueba-error derivó en muchos proyectos inconclusos y en una enorme cantidad de eventos sin el sustento de una política cultural coherente.

Por ello, el Conaculta creó, desde la Dirección General de Vinculación Cultural (DGVC), la Dirección de Capacitación Cultural, especialmente avocada a la formación y actualización de promotores culturales. Así, se inició desde el 2001 la planeación y puesta en marcha del Sistema Nacional de Capacitación y Profesionalización de Gestores Culturales (SNC) integrado no sólo por la instancia federal de cultura, sino también por las instancias estatales, municipales y universitarias que participan en la oferta académica, los instructores que imparten la capacitación y todos los promotores que participan en ella. De este modo el sistema brinda diversas modalidades de capacitación flexible y de excelencia académica con el fin de que la cultura se constituya en eje sustantivo del desarrollo integral del país, que reivindique la importancia del sector en la construcción de las identidades, el fomento del talento artístico, la revaloración del patrimonio cultural y el desarrollo integral comunitario.

Desde su nacimiento, el SNC logró la participación de los gobiernos estatales de las 32 entidades federativas en las que opera. Ha realizado 104 diplomados, superando en tres años los 19 que se habían realizado en los nueve años anteriores. Se han capacitado 11 mil 210 promotores de todo el país y los gobiernos estatales han aportado 70% de la inversión total. Igualmente, se involucraron 11 universidades que pretenden abrir espacios para licenciaturas y posgrados, con programas de estímulos para la nivelación académica y la coedición de publicaciones especialmente dirigidas a los promotores.

La respuesta de los gobiernos estatales, municipales, asociaciones civiles, promotores y funcionarios culturales ha sido formidable, lo que evidencia la avidez del sector por profesionalizarse y allegarse a una variada gama de herramientas para mejorar sus procesos de planeación cultural, procurar fondos para sus proyectos, crear de manera seria y audaz proyectos que respondan a los intereses y necesidades de las comunidades y que estimulen la interacción de todas las actividades programadas. Sólo de esta manera el concepto de “ciudadanización” cobra valor y vigencia, es decir, cuando se forman ciudadanos capaces de diseñar proyectos respaldados por sus comunidades y avalados por sus autoridades, y éstos son gestionados oportunamente, ante las instancias adecuadas, con autosuficiencia y la autonomía para el desarrollo cultural.

Otro de los más notables logros del SNC es la acreditación y certificación, a través de la Secretaría de Educación Pública, de toda la capacitación que se imparte, incluyendo la capacitación a distancia que Educación Satelital (Edusat) transmite a todo el país con gran éxito.

Para que los propósitos planteados por el SNC puedan cumplirse, una condición fundamental ha sido la excelencia académica, es decir, que los contenidos, dinámicas y relaciones que se establecen en el proceso de enseñanza-aprendizaje reflejen la maestría, experiencia y calidad humana de los instructores.

Seleccionados por su nivel académico, su trayectoria profesional, su experiencia en el campo de la promoción cultural, su conocimiento y capacidad de análisis crítico, los instructores son pieza clave del sistema, ya que le otorgan autoridad moral dentro del sector y se establecen así condiciones para su reproducción y perfeccionamiento permanente; anualmente se reúnen los instructores del SNC a fin de avanzar en la estructuración de una pedagogía crítica para una educación multi e intercultural.

Cuando se llevaban procesadas 50 mil evaluaciones de alumnos, rigurosamente aplicadas a 252 instructores, al término de cada sesión, el promedio de calificación en la tradicional escala del 0 al 10, fue de 9.03. Si alguno no llega mínimo a 8, queda automáticamente excluido del sistema; los instructores que regularmente se programan son evaluados en el rango de 9 a 10.

OBJETIVOS DEL SNC

- Capacitar, actualizar y profesionalizar a los promotores y gestores culturales para elevar el nivel y la calidad de los servicios culturales que desarrollan las instituciones públicas y privadas, comunidades o grupos independientes.
- Estimular procesos educativos y organizativos que favorezcan el aprendizaje de los marcos conceptuales, herramientas metodológicas operativas y manejo de los procesos fundamentales de la planeación y la gestión cultural, por parte de todos los involucrados en el programa.
- Crear un sistema de “redes” que permita la interrelación entre los diferentes actores que se desempeñan en el sector cultural, para propiciar un intercambio permanente con fines de capacitación, promoción, difusión y desarrollo de proyectos culturales (coordinadores de diplomado, instructores, promotores y directivos del Conaculta).
- Producir la colección editorial *Intersecciones* para recopilar, tras una rigurosa investigación, las ideas contemporáneas, conceptos, metodologías y experiencias que se desarrollan actualmente en el campo de la promoción y la gestión cultural.

ESTRATEGIAS

- Para la formación de promotores culturales se realizan diplomados de nivel I (200 horas) y nivel II (300 horas).
- Para la actualización y especialización de gestores y funcionarios culturales se ofrecen sistemas semiabiertos, seminarios y asesorías para el desarrollo de proyectos culturales.
- Se iniciará próximamente un programa de capacitación especialmente diseñado para dar atención a promotores vinculados a procesos migratorios: promotores en zonas expulsoras, receptoras, fronterizas y en los Estados Unidos.
- Todas las acciones de capacitación y actualización cuentan con un sistema de puntaje acumulativo para su debida acreditación y certificación oficial ante la Secretaría de Educación Pública.

- Se involucra de manera sistemática en todos los procesos de capacitación a los directivos y al personal de las instituciones culturales de estados y municipios, maestros y directores de casas de cultura, así como universidades y organismos independientes.
- Se utiliza la plataforma nacional de Edusat para llevar a cabo las acciones de capacitación a distancia, así como la infraestructura para videoconferencias de varias universidades del país.

LOS SUBSISTEMAS

Subsistema de Módulos de Capacitación Cultural

Este subsistema ofrece capacitación flexible a partir de su estrategia pedagógica, sustentada en módulos que dan respuesta a necesidades específicas de formación, actualización y superación de los promotores culturales que laboran en el nivel estatal, municipal y comunitario.

Su metodología de trabajo está diseñada a partir de unidades básicas (cursos-talleres) que pueden impartirse de manera secuencial o intensiva, de acuerdo a las posibilidades de tiempo, recursos económicos, traslado y cargas laborales de los promotores culturales.

El diplomado modular de nivel I acredita 200 horas de trabajo, divididas de la siguiente forma: 60 horas (5 talleres de 12 horas) con temas básicos de promoción cultural; 60 horas (5 talleres de 12 horas) con talleres y cursos de planeación cultural (metodologías para diagnóstico, elaboración de proyectos y evaluación); 60 horas (5 talleres de 12 horas) de especialización en temas solicitados por los propios promotores o las instituciones organizadoras; finalmente los alumnos que hayan cursado las 180 horas de capacitación, realizan un trabajo de campo de 20 horas.

El diplomado del nivel II acredita 300 horas de trabajo, y es ofertado a los egresados del nivel I de los diplomados de promoción y gestión cultural que ofrecen éste o los otros subsistemas del SNC; el nivel II se desarrolla a través de diversos seminarios (de 40 a 60 horas cada uno) en donde se profundizan los temas que generaron mayor interés en el nivel I. (Por cada curso-taller, se cuenta con antologías de textos especializados en cada materia.)

Subsistema de Formación Cultural Continua

El Subsistema Continuo ofrece capacitación y profesionalización a promotores y gestores culturales a través de diplomados continuos de nivel I y II, así como seminarios que permiten profundizar conocimientos, ampliar la información que tienen sobre el ámbito cultural en su entorno local o regional y desarrollar el análisis del mismo a escala nacional e incluso internacional.

La propuesta de diplomados continuos se diferencia de la modular en su estructura continua y periódica que, como la modular, incluye áreas que abarcan tanto la parte conceptual como la metodológica, y aquellas que se acercan al desarrollo del ser humano, al mercado, la tecnología, la autogestión y a los nuevos paradigmas de organización, para que los promotores estén en la posibilidad de inscribirse en las nuevas tendencias y de interactuar en el actual contexto global en igualdad de condiciones y conocimientos.

Propuesta base del Diplomado de Nivel I

Bloque Temático I:	Conceptualización básica
Bloque Temático II:	La cultura en su contexto actual
Bloque Temático III:	Metodología de la gestión cultural
Bloque Temático IV:	Perspectivas de la gestión

Propuesta base del Diplomado de Nivel II

Bloque Temático I:	Conceptualización avanzada
Bloque Temático II:	La gestión cultural
Bloque Temático III:	Administración cultural
Bloque Temático IV:	Industrias culturales
Bloque Temático V:	Cultura y desarrollo integral
Bloque Temático VI:	Temas regionales

Estas propuestas base se modifican según las sugerencias de las instituciones solicitantes; por ejemplo, se puede añadir un bloque temático destinado a la promoción de la lectura y/o cualquier otro tema de interés para la región. Para cada bloque temático existen antologías de textos que permiten

a los participantes contextualizar y hacer más productivas sus intervenciones y su compromiso durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Subsistema de Capacitación a Distancia

El Programa de Capacitación a Distancia es una modalidad que se realiza a través de la red satelital de Edusat en teleaulas instaladas en institutos de cultura, bibliotecas municipales e instancias gubernamentales o universitarias.

De esta manera se llevan a cabo seminarios de sensibilización, diplomados, talleres y módulos especializados, con un gran impacto a nivel regional o nacional dada la cobertura que la instancia satelital proporciona; también se realizan videoconferencias que permiten utilizar las ventajas de la educación a distancia con las posibilidades de interacción y simultaneidad.

Subsistema de Formación Profesional Cultural

El Subsistema de Formación Profesional Cultural se estructuró a fin de dar cumplimiento al objetivo de profesionalización que la Dirección de Capacitación Cultural se planteó desde sus inicios, mediante la creación de licenciaturas y maestrías en desarrollo y gestión cultural que las universidades de manera autónoma, abran para crear este nuevo campo de oportunidad laboral.

Son varias las propuestas académicas que se presentan en este rubro, cada una de ellas diferente en orientación, temáticas y forma. La Dirección de Capacitación Cultural asesora a las universidades durante el proceso de diseño curricular y les acerca su planta de instructores para que cuenten con docentes expertos en la materia. Los resultados y avances obtenidos con 11 universidades han permitido la apertura de la primera licenciatura en Desarrollo Cultural con la Universidad Autónoma de Nayarit, y de la primera Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural con la Universidad de Guadalajara (con las 9 restantes, los avances varían de acuerdo a la dinámica que cada universidad le imprime al proceso).

DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN, ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN

Es el área responsable de desarrollar los procesos de evaluación del SNC y pretende constituir un mecanismo ágil, pertinente y confiable que haga posible la acreditación y certificación de los promotores que participan bajo las modalidades de capacitación vinculadas al sistema.

Los documentos emitidos por esta área son validados por la Secretaría de Educación Pública y se reproducen bajo un estricto control escolar con la finalidad de establecer una adecuada protección contra documentos apócrifos.

Su principal objetivo es otorgar el reconocimiento oficial correspondiente a los candidatos que concluyen cualquiera de las ofertas educativas del SNC, previa verificación del cumplimiento de los requisitos académicos y legales exigidos.

Beneficios de los educandos

Mayores oportunidades de empleo; mejores condiciones laborales; ampliación de las posibilidades de superación en su centro de trabajo o actividad; conocer y contrastar saberes y experiencias; posibilidad de establecer un plan personal de formación a través del cual puedan desarrollar gradualmente los conocimientos, habilidades o aptitudes que requieran, acordes con sus expectativas; superar obstáculos en el mercado de trabajo y en el sistema educativo nacional; contar con un documento que avale y demuestre su capacidad profesional; dignificación de su quehacer profesional estimulando su autoestima y el reconocimiento en la sociedad y las instituciones culturales.

Beneficios para autoridades de los tres niveles de gobierno, y para empresarios, organizaciones sociales y público en general

Mejorar la calidad en el trabajo, en los servicios y en los productos culturales de las instituciones, empresas y organizaciones; disponer de profesionales con conocimientos y habilidades avaladas por una autoridad competente; identificar las condiciones en las que se encuentran los promotores y gestores cul-

turales (bases de datos para diagnosticar permanentemente la situación del sector en materia de cuadros profesionales); detectar las necesidades de formación de los promotores; disponer de personal competente que hará posible elevar el nivel de impacto de la promoción y gestión cultural.

RED NACIONAL DE CAPACITACIÓN CULTURAL

La Red Nacional de Capacitación Cultural es la plataforma que concentra información específica de los promotores culturales e instructores, a fin de sistematizarla y dar seguimiento al desarrollo educativo de cada una de las personas que se están profesionalizando, bajo las modalidades de capacitación que se ofrece a los estados. Asimismo, es el pilar sólido y dinámico donde se maneja el currículum académico y se acreditan los cursos y diplomados que se imparten en los estados. Actualmente se cuenta con un soporte técnico piloto en bases de datos, que nos permite obtener información del personal calificado en cultura en la República Mexicana, así como de los aspectos cuantitativo y cualitativo de los instructores que participan en el sistema, además del historial académico de cada uno de los promotores culturales.

Las bases de datos son:

- La base de Datos de Instructores Culturales. Cuenta con información precisa profesional y académica del personal docente, a fin de que a corto plazo cada usuario pueda bajar, solicitar o contactar a cualquiera de los instructores que estarán disponibles en la red.
- La base de Datos de Promotores Culturales. Ayudará a que todo usuario pueda tener acceso al seguimiento de su capacitación, avances, puntaje y desarrollo a través de internet, sobre todo en lo referente con el Sistema Nacional de Acreditación, así como fomentar una relación de comunicación horizontal entre todos ellos.
- La Base de Datos de la Cartelera Cultural. Estará dedicada a publicar los cursos y talleres de los diferentes subsistemas que se imparten y realizan en los estados de la República Mexicana; se hará mención del lugar, tema, instructor, fechas, nombre del coordinador y perfil del egresado a cargo de la capacitación que se llevará a cabo.

- El Banco de Proyectos. Se ha iniciado el proceso de recopilación, registro y sistematización de los proyectos elaborados en diplomados y seminarios del SNC por los promotores culturales. De este modo, los promotores podrán conocer los temas, regiones, tipo de población, estrategias, tipos de financiamiento, etc., de cada proyecto registrado, favoreciendo su interacción a través de la Red. Igualmente se avanza en una evaluación cualitativa, a partir de una muestra nacional de proyectos (2001-2004) que serán analizados y evaluados para apoyar la retroalimentación de los promotores y de los instructores en Planeación Cultural, que constituye uno de los pilares académicos del SNC.

Actualmente la Red Nacional de Capacitación Cultural se está construyendo con base en la información específica que los coordinadores estatales envían a la Dirección de Capacitación Cultural, a través de los instrumentos de evaluación y las fichas de inscripción que los mismos promotores aplican.

La página de internet de la Dirección de Capacitación Cultural fue subida al ciberespacio en 2004 y actualmente se encuentra en fase de prueba y complementación de información; ahí se logrará un lugar de encuentro para muchos de los promotores y gestores culturales, de tal manera que aparte de encontrar información sobre la capacitación cultural que ofrece el SNC se contará con hipervínculos que inciten a la navegación y a la formación autodidacta-cibernética.¹

CATÁLOGO DEL SNC

El promotor cultural de nuestros días no puede limitarse al uso de la intuición (siempre útil, pero insuficiente) ni de la improvisación, por creativa que ésta sea. Su perfil deberá complementar actitudes de respeto, liderazgo, apertura, servicio y disciplina, con aptitudes en el manejo teórico-conceptual que enmarca a la práctica de la promoción: identidades, campos culturales, globalización, políticas culturales, atención a sectores diferenciados, culturas populares, legislación, industrias culturales, cibercultura, patrimonio tangible e intangible, religión, migración, tendencias actuales de los

¹ La página de internet de la Dirección de Capacitación Cultural, es www.conaculta.gob.mx/vinculacion (buscar en "Programas" y entrar a "Capacitación Cultural").

consumos culturales, etc. De igual importancia es la adquisición de metodologías básicas para la planeación estratégica, diagnósticos, elaboración de proyectos, métodos de evaluación, procuración de fondos, organización de eventos, talleres o festivales, *marketing* creativo, así como metodologías para la administración por objetivos, formación de públicos, adecuada utilización de técnicas y dinámicas de animación sociocultural, difusión o periodismo cultural.

La profesionalización de la promoción cultural, su especialización y su aplicación multidisciplinaria, conduce a un nivel superior de eficiencia y calidad a la gestión cultural como un proceso más complejo, integral, colectivo, experto y con un mayor impacto en sus resultados.

Para ello, la oferta de cursos-talleres del SNC, que aparece de manera completa en la página de internet y asciende ya a más de 250, incluye los temas más necesarios, útiles y significativos para la práctica del gestor cultural; sobresalen por la demanda que han tenido en los últimos tres años los siguientes: identidad, cultura y globalización; políticas culturales; planeación cultural (diseño, elaboración y presentación de proyectos); diagnóstico e investigación cultural; administración y gerencia cultural; financiamiento y procuración de fondos para el desarrollo cultural; desarrollo humano y calidad del trabajo en equipo; el desarrollo artístico en México; formación y animación de públicos culturales; industrias y empresas culturales; organización y producción de eventos y festivales culturales; diseño y organización pedagógica de talleres culturales y artísticos; comunicación y cibercultura; producción editorial y fomento a la lectura; periodismo y comunicación para el desarrollo cultural; manejo de colecciones (museografía, curaduría y diseño de exposiciones) y producción y difusión de espectáculos escénicos.

REFLEXIÓN FINAL

Hasta ahora la práctica del promotor cultural ha estado muy poco valorada y estimulada por el Estado y la sociedad; se realiza bajo condiciones adversas y, en ocasiones, sólo el tesón y la vocación a prueba de todo permiten a los promotores echar a andar proyectos y anhelos colectivos.

Entre los procesos de creación cultural y las comunidades; entre el patrimonio heredado y la población para quien fue creado; entre las posibilidades de gozar y disfrutar lo realmente valioso de un pueblo, lo que enorgullece y distingue a sus habitantes, lo que permanece en medio de estos tiempos tan vertiginosos que nos han tocado, sus historias, sus modos de hablar, de ser, de vivir, de pensar y de sentir; entre todo ello y la gente que no quiere vivir aislada, en el consumo pasivo e indolente de contenidos culturales impuestos, desarticuladores y causantes del individualismo más abyecto y deshumanizante, el promotor y el gestor cultural desempeñan un papel clave como catalizadores de procesos de participación comunitaria para la reconstitución del tejido social y la recuperación de la propia vida; porque recuperar la cultura de manera crítica y colectiva, es recuperar la riendas del destino.

Promotores y gestores están en permanente proceso de profesionalización para su revalorización social y su posicionamiento como verdaderos impulsores del desarrollo integral de la sociedad en su conjunto. Su actuar no se restringe a la realización de actividades superficiales y decorativas, dado que son capaces de vincular su trabajo con la educación, el turismo, el empleo, el diseño e instrumentación de proyectos productivos y empresas culturales autogestivas, y de hacerlo con las universidades, con los medios de comunicación, con los artistas, críticos y formadores, con los políticos que deciden las prioridades, con todos los grupos y sectores a fin de constituirse en auténticos promotores del cambio social. Para contribuir a la formación de promotores y gestores con un perfil profesional, comprometido, eficaz y con una ética de servicio y honestidad, el SNC seguirá en la búsqueda de todas aquellas opciones académicas y de creación de espacios de encuentro entre todos sus integrantes para la reflexión crítica y la evaluación permanente.

INTENCIÓN EDUCATIVA DE PROMOTORES Y GESTORES CULTURALES

La educación es un proceso cultural. La cultura se construye y se fortalece, en gran medida, a través procesos educativos. Estas dos formulaciones son una muestra particular de los métodos que empleamos para desarrollar una vida social explicable; son una evidencia de que constantemente producimos y comprendemos descripciones de los asuntos humanos.

La distinción entre educación y cultura es de uso común, como también lo es la frecuente invitación a encontrar relaciones entre ellas. Por un lado se podría decir que son lo mismo, por otro lado se puede afirmar que están estrechamente relacionadas, e incluso que la distinción entre ambas es clara.

Como promotores del desarrollo cultural no conviene permanecer ajenos a la relación entre educación y cultura. Estamos invitados a incorporar intenciones educativas cuando diseñamos proyectos y cuando los llevamos a cabo. Al profundizar en el enfoque educativo de nuestras acciones culturales facilitaremos encuentros que ayuden a los miembros de las distintas comunidades a conectar pedazos de su experiencia (al entrar en contacto con alguna manifestación cultural) y logren identificarse, recrearse, resignificarse o asimilarse, hacia el interior de la misma persona, y de la colectividad en algunos casos. Esto es lo que a menudo se nombra cuando se habla de la formación integral al hablar de educación. Cuando ello sucede, y sucede a menudo en nuestras acciones culturales aun sin darnos cuenta, entonces podemos decir que el promotor y el gestor cultural intervienen en la educación. ¿Somos conscientes de ello? ¿Le apostamos a transformaciones educativas, las cuales bordan sobre el delicado equilibrio a través de la propia manera de diseñar y de lograr que sucedan los proyectos culturales?

Alfonso Hernández Barba, Jefe del Centro de Promoción del ITESO

TALLER DE MERCADOTECNIA CULTURAL (RESEÑA)

ANA LUCÍA RECAMÁN M.



Ana Lucía Recamán M. es profesora de Mercadotecnia en la Universidad La Salle-Cuernavaca.

La cultura constituye un segmento económico de gran importancia en el desarrollo integral de la sociedad. Es primordial, entonces, situar al sector como altamente productivo en la economía de México y de Latinoamérica.¹ Las industrias y las empresas culturales son actores importantes de la difusión de la cultura y partícipes de esta economía: sin lugar a dudas un buen desempeño en su gestión es clave para su crecimiento.

La mercadotecnia en general ayuda a comprender este ambiente y prepara al gestor para la toma de decisiones estratégicas. En este sentido, la mercadotecnia subraya la importancia de la información y su apoyo como eje central para el conocimiento del público, meta de su evolución y herramienta vital para el seguimiento del mismo.

El promotor cultural es en general artista, artesano o funcionario cuyos conocimientos en gestión y mercadotecnia son muchas veces limitados. Esta situación constituye un obstáculo cuando se ven confrontados a variables del mercado como competencia, proveedores, públicos y clientes. A lo anterior se agregan variables menos controlables como la economía, aspectos legales, tecnológicos, ambientales y demográficos.

La mercadotecnia cultural ofrece la posibilidad de un intercambio entre la oferta cultural y los consumidores. No se limita a la venta de un producto o a la promoción del mismo; nos ofrece la posibilidad de conocer mejor a los públicos susceptibles de interesarse en la cultura, y también nos brinda un conocimiento más profundo de las empresas culturales y de su diversa oferta.

¹ Durante la inauguración de la II Reunión Interamericana de Ministros y Máximas Autoridades de Cultura, auspiciada por la OEA, se destacó que las industrias culturales generan 6.7% del producto interno bruto. "En México las industrias culturales son más dinámicas que la economía en su conjunto, registra sistemáticamente una balanza comercial superavitaria y son generadoras de empleo formal de muy alta productividad." Véase "Ministros discuten en México impacto de cultura en las economías", *Yahoo! Noticias*, 25 de agosto de 2004.

El taller de *Mercadotecnia Cultural* ofrecido en el Primer Encuentro de Gestores y Promotores Culturales se dividió en dos partes: la primera ofreció un aspecto teórico basado en conceptos básicos de mercadotecnia (sintetizados a continuación); la segunda consistió en la aplicación de casos concretos sobre los conceptos expuestos.

Es primordial poner énfasis en las diferencias entre la mercadotecnia tradicional y la mercadotecnia aplicada a la cultura. La mercadotecnia cultural nos ayuda a determinar los perfiles de los diferentes públicos con un objetivo: conocer a los consumidores del producto cultural, los mecenas, patrocinadores e intermediarios con el fin de establecer para cada uno de ellos una estrategia bien dirigida.

Una vez definidos tales aspectos se puede determinar una mezcla mercadológica debidamente adaptada a la problemática cultural. Es decir, se define el producto cultural y se le aplica un precio. Esta tarea resulta compleja por las características particulares del producto. Se buscan las mejores redes de distribución e intermediarios para hacer que la oferta llegue a la mayor cantidad de públicos posibles. Finalmente, se elabora un plan de comunicación integrada de mercadotecnia y se determinan las herramientas de trabajo más adecuadas, como pueden ser la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el *marketing* directo y el patrocinio, entre otras.

El patrocinio y las relaciones públicas resultan herramientas eficaces y estratégicas para la captación de fondos. Este tema suscitó un vivo interés por parte de los participantes del taller, que a menudo se vieron confrontados con la problemática de la procuración de recursos financieros.

Una acción de patrocinio resulta exitosa cuando se satisfacen las necesidades tanto de la empresa patrocinadora como de la empresa patrocinada. Para lograr este objetivo se requiere tener un conocimiento adecuado del público meta, contar con una estructura organizacional bien definida y desarrollar un plan estratégico de mercadotecnia que haga del proyecto una empresa viable. Asimismo, es importante promover y garantizar la presencia indispensable del patrocinador.

Concluimos la primera etapa afirmando que la mercadotecnia de la cultura nos brinda herramientas eficaces para mejorar el funcionamiento de las empresas culturales, haciéndolas partícipes eficientes del crecimiento económico.

La segunda parte del taller fue práctica. Mediante un ejercicio se dividió a los participantes en grupos de trabajo y se sugirió que fuera por áreas. Surgieron así equipos integrados por trabajadores de museos y casas de cultura, así como grupos de artes escénicas, artes plásticas, artesanos y promotores culturales pertenecientes a universidades. El objetivo del ejercicio consistió en aplicar los conceptos teóricos aprendidos en la exposición magistral. Los resultados fueron muy satisfactorios, ya que se constató una excelente comprensión de los conceptos.

PROMOCIÓN DE LA LECTURA Y LA ESCRITURA

ANA ROSA DÍAZ AGUILAR



Ana Rosa Díaz Aguilar es instructora del SNC de Conaculta.

En México, el reconocimiento de la necesidad de fortalecer las prácticas sociales en las que se usa la lengua escrita como un medio de enriquecimiento no sólo personal, sino también de la colectividad, ha propiciado la creación de numerosos espacios de participación voluntaria e independiente en los que se pretende abordar la lectura como comprensión de significados múltiples y diversos, integrada al entorno y a la vida diaria de la mayoría de las personas, y vinculada a otras formas y usos del lenguaje escrito. Desde esta perspectiva, el lenguaje escrito deja de aparecer como una materia aislada y regresa al contexto social que le es propio y le da vida, a través de prácticas concretas de personas reales, que se sirven de él para fines propios y cercanos, además del mero gusto o placer de leer o escribir.

El taller *El reto de leer en México. Acompañamientos y mediación en la promoción de la lectura y escritura*, pretende complementar la experiencia de los promotores culturales en el área de fomento a la lectura y a la escritura, proponiéndoles el conocimiento de estrategias de búsqueda y construcción de significados a través de la comprensión y producción de diferentes tipos de texto. También se propicia la reflexión sobre alternativas para la realización de actividades participativas que involucren el acercamiento al lenguaje escrito y otras formas de expresión y comunicación, en las que la interacción con textos conlleven, al mismo tiempo, a la valoración y el reconocimiento de pensamientos, sentimientos y creencias de cada participante, y a la ampliación de referentes culturales para la expresión personal y la comprensión de la realidad.

Los participantes adquieren, durante el proceso de interacción con otras personas, nuevos conocimientos y estrategias de uso y comprensión del lenguaje y formas de comunicación capaces de propinar otras maneras de informarse, entender y participar en el mundo. Los talleres para la realización de actividades participativas de acercamiento a la lengua escrita se realizan con los siguientes propósitos:

a) Entender la lectura como comprensión de significados múltiples y diversos, integrada al entorno y a la vida diaria de la mayoría de las personas

Se parte de concebir la lectura no como proceso mecánico de decodificación, sino como una manera de interpretar significados más allá del lenguaje escrito, y en íntima relación con la manera de interactuar con el mundo a través de las significaciones y prácticas culturales, definidas social e históricamente.

En palabras más sencillas, la lectura es una actividad integrada a lo que las personas hacen diariamente para convivir, comunicarse, trabajar, informarse, etcétera, en contraposición al concepto de “lector” aislado, que “lee por placer”. A través de ella interactuamos con el mundo, lo conocemos y nos apropiamos de él.

b) Priorizar los procesos personales de interpretación y apropiación de lo escrito, por encima del valor o prestigio de los materiales que se leen. La significación de un texto (cualquiera que sea el lenguaje en que esté codificado: visual, auditivo, táctil, etc.) no se encuentra en el texto “en sí”. De los textos (de cualquier tipo: periodísticos, literarios, publicitarios, informativos), se obtiene parte del significado. Pero son el conjunto de las experiencias y conocimientos previos, y la capacidad de relacionar lo que se lee con todo lo anterior y con otros textos, lo que nos permite “comprenderlo”, es decir, hacerlo nos brinda la posibilidad de ampliar la interpretación del mundo, y no sólo la “buena literatura” nos acerca a esta posibilidad. En la medida en que nos reconocemos en un texto cualquiera, canción, fotografía, obras plásticas, construimos una interpretación más amplia del mundo y nos construimos a nosotros mismos como parte de ese mundo y de una colectividad.

c) Incorporar los pensamientos, sentimientos y creencias personales como parte de la construcción de significados de lo que se lee y de lo que se escribe.

Como ya se dijo, leemos y nos apropiamos del significado de lo que está escrito (y de otros significados) desde quienes somos: desde nuestra historia personal, nuestras relaciones con otras personas, nuestros sentimientos, nuestras vivencias, nuestros conocimientos sobre el mundo, y sobre el lenguaje como parte del mundo, nuestra lectura nunca será por tanto “neutra” ni “objetiva”. Al leer, estará puesta en juego toda nuestra subjetividad. Incluso al “leer” textos informativos o definitivamente “científicos” estaremos poniendo en marcha preconcepciones que pasan por procesos intelectuales de orden distinto a las emociones, pero que también conllevan suposiciones y prejuicios. Reconocer todo lo anterior genera una actitud de respeto y valoración del propio pensamiento e interpretación, y al mismo tiempo nos permite reconocer y respetar las posturas de los demás.

En este taller, por tanto, no se manejan criterios como “corrección” o “verdad”, sino que se construye el significado de lo que se lee y se comparte gracias a las aportaciones personales de cada uno de los participantes. La emoción, la sorpresa, la duda y hasta la exasperación pueden estar presentes y ser parte de la interacción entre las personas.

d) Vincular el lenguaje escrito con otras formas de comunicación.

Las formas o claves para “entrar” a los diversos significados del texto son múltiples. Para este taller se proponen algunas como la conversación, la presentación de imágenes, canciones, películas, noticias de actualidad y hasta ciertos acertijos que promueven la curiosidad sobre qué más se puede encontrar en un texto, más allá de él mismo. Hacia dónde nos podemos dirigir es al mismo tiempo un enigma y un deseo que conduce la indagación sobre otros significados sociales e interpretaciones que podemos atribuirle al texto un grupo de personas reunidas para hacer llegar a otros nuestros pensamientos, reflexiones y sentimientos, en un diálogo mediado por textos de diversas clases.

SOÑAR DESPIERTO O VIVIR SOÑANDO

Además de algunas aproximaciones básicas a aspectos técnicos y teóricos sobre las concepciones acerca de lo que significa leer y escribir como prácticas sociales, en este taller se realizan actividades que propician la explicitación de esquemas o prejuicios sobre la lectura y los lectores en México.

Aunado a lo anterior se realiza una secuencia estructurada de actividades que permiten el acercamiento a diferentes lenguajes (cinematográfico, gráfico, escrito), a diversos géneros y tipos de texto (película, cartón periodístico, teatro clásico, cuento contemporáneo, discurso político, canción), con el fin de generar una experiencia compartida de construcción de significados.

Los resultados pueden ser inesperados, o sorprendidos, pero indudablemente nadie permanece indiferente cuando se confronta la inteligencia, la reflexión, la sensibilidad y la emoción de un grupo de gestores y promotores culturales dispuestos a asumir el reto de leer en México.

EDUCACIÓN, CONOCIMIENTO Y CONVIVENCIA

SALVADOR ABURTO M.



Salvador Aburto M. es especialista en Psicología del Arte, Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Uno de los ámbitos del quehacer humano, de indiscutibles vínculos con lo psicológico, es el de la educación. Por lo tanto la Psicología de la Educación, como disciplina, deberá ser un campo de conocimiento obligado en los espacios de la formación universitaria.

Psicologizar no ha sido, por tradición, una tarea bienvenida en espacios como el de la educación universitaria. Y esto se debe a que tradicionalmente la Psicología abunda en estudios desde la enfermedad, de tal manera que el mito generalizado asocia sus explicaciones y argumentaciones con las psicopatologías, despertando el temor a ser identificado con alguna. Otro tanto ocurre con la Educación. La vulgarización del término siempre remite a los espacios escolarizados y a los paradigmas que desde nuestras respectivas experiencias predominan en su dirección y valoración desde la mirada del adulto, del que más sabe, o del que ostenta la autoridad.

Nada más absurdo. Pero nada más difícil de reconfigurar desde la práctica, debido a los absolutos en la educación occidental. Cuando Edgar Morín (1994) afirma que “La sociedad es un todo cuyas cualidades retroactúan sobre los individuos, dándoles un lenguaje, cultura y educación”, es evidente que lo psicológico tiene que ver efectivamente con el modo en que se lleva a cabo la interacción educativa, desde sus referentes en la internalización mental del mundo como actividad, que transita de lo histórico-personal a lo social-cultural, visitando los espacios de la filosofía, la lingüística, la antropología, la estética, la sociología, etcétera.

Al lenguaje parece corresponderle una función denotativa y connotativa de la realidad, y en su categoría constructiva configura y reconfigura al hombre y a la sociedad por sus particulares vínculos con la inteligencia y la memoria colectiva e individual. Sus vínculos en lo psico-social van de lo analógico a lo metafórico para configurar los contextos culturales y cobrar autonomía a través del símbolo. El sistema social, por su parte, ordena desde la lógica de las prioridades sociales, mientras la cultura lo hace desde el ritual y el mito, orientando hacia la globalidad y la ecología el universo de la interacción comunicativa. Los vínculos se dispersan en las fronteras de todos los elementos y hasta los yuxtaponen, ignorando algunos como lo afectivo y las cualidades del encuentro entre seres humanos.

De todas esas cosas que pasan, ¿qué podríamos mejorar desde la interacción educativa? Nada más reflexivo para responderlo que la siguiente cita de H. Maturana (1990):

El educar se constituye en el proceso por el cual el niño o el adulto convive con otro, y al convivir con el otro se transforma espontáneamente, de manera que su modo de vivir se hace progresivamente más congruente con el del otro en el espacio de convivencia.

La convivencia entre los seres humanos es el medio y la finalidad en la educación, que aunque pareciera ser interpersonal también es comunitaria, institucional, social y cultural. En la práctica sus entrecruzamientos la convierten en algo todavía más complejo. Sin embargo, pese a la amplitud de su campo, lo psicológico en la interacción educativa espera por exploraciones desde la práctica para descubrirnos actores de eso mismo que queremos conocer. Saberse y reconocerse actor de lo mismo que queremos conocer exige el autoconocimiento que Gadamer (1992) recomienda como acción primaria en su método hermenéutico.

¿Cómo interactuamos cuando convivimos en los espacios educativos? Y, ¿cómo podríamos mejorar nuestras interacciones? Se responde mejor desde la práctica tomando contacto con nuestros propios procesos psicológicos. ¿De

qué naturaleza son nuestras percepciones, cogniciones, actitudes, valores, discursos, reflexiones y relaciones paradigmáticas en el inevitable contexto cultural? ¿Concebimos a los otros como extraños, o como semejantes? ¿Lo hacemos con placer, alegría y entusiasmo, o con ansiedad, humillación y frustración?

¿Qué lugar ocupa el afecto en nuestras relaciones con los demás actores? Ésta ha sido nuestra preocupación inicial porque la mayoría de la gente no aprende bien en un contexto donde se siente ansiosa. El aprendizaje tendría que estar asociado con el placer, la alegría, el entusiasmo, y no con la ansiedad, la humillación y la frustración. El placer es una de las cosas más importantes en el proceso de formación.

Desde estas ideas y todas sus posibles conjeturas, la Psicología Educativa también tiene que ver con la prehensión y recreación de nuestro mundo, como un fenómeno interactivo de convivencia humana. Y parece que nuestra aproximación debe ser dialéctica, porque es claro que su contexto no se refiere sólo a los ámbitos de formación, sino también a los de la vida cotidiana. Nuestro objetivo es explicar y argumentar qué es y cómo se comunica lo afectivo desde la sensibilidad. Es un proceso de información, pero es muchísimo más comunicación e interacción.

La interacción educativa desde lo psicológico es imaginación, es encuentro, es diálogo, es contacto, es relación de semejantes, es respeto a la diferencia, a la libertad, y a toda manifestación de la vida. Si todo eso es ajeno a lo que pasa en las oficinas, en los pasillos, en el cubículo, en la biblioteca, en el aula o el taller, entonces conviene debatirlo.

En la *praxis*, la afectividad es detonante en todos los procesos psicológicos de la sensibilidad, iniciando en la categoría comunicacional de la predisposición o actitud ante los diferentes estímulos y ámbitos de la realidad. La naturaleza de lo afectivo puede estudiarse volviendo al sitio y al instante en que fue configurado, a través de la evocación emotiva, de su reflexión y de sus múltiples textos. Esos tres indicativos son campos de la internalización de la realidad en el pensamiento humano, que requieren ser explorados desde las técnicas psicológicas, que son las que nos permiten entrar indirecta y reflexivamente al ser.

Los sentimientos son generadores de la experiencia, la evocación, la reflexión estética y del lenguaje artístico; son configurados psicológicamente por el individuo, y se transforman, generalizan y tornan sociales a través de la interacción comunicativa. Por eso es necesario reconocer que el arte, además de estético y psicológico, también es formativo, porque es holístico e interactivo.

Asumido en un trans-objeto para la exploración, lo estético en lo psicológico e interactivo del sujeto sensible revela categorías y vínculos de lo afectivo: en la percepción bio-psico-social y cultural, y en la cognición como proceso de internalización mental; en las actitudes y en los valores sociales; en la capacidad lingüístico-enunciativa; en la reflexividad como autoconocimiento; y en los paradigmas de las evocaciones de la memoria individual y colectiva.

El conocimiento siempre tiene como fin la supervivencia del ser humano, pero la forma en que lo aprendemos no siempre se genera en las cualidades de la convivencia. Aprendemos lo que otros nos exigen que aprendamos, aplastados por la tecnología y el discurso en el poder. Existen pocos espacios para cultivar el espíritu crítico porque las instituciones educativas —formadoras— se han especializado en la cultura de la información.

Sobrevivir, la convivencia como acción generadora de conocimiento, requiere de nuevas aproximaciones sobre los modos en que el hombre se mueve en sus mundos posibles, es decir, la forma en que interactúa consigo mismo, con otros y con las cosas, concretas o sutiles, objetivas, subjetivas, abstractas o intersubjetivas.

El mundo cambió y las ciencias de la educación fueron repensadas en el marco de la convivencia y la supervivencia. Aprender a ser tiene paradigmas ineludibles en lo psicológico de sus procesos interactivos, y nos mueve a argumentar, desde la *praxis*, nuevas propuestas metodológicas y tecnológicas para propiciar su uso y argumentación.

DESARROLLO HUMANO Y CULTURA: UNA VISIÓN HUMANISTA DE LA DIVERSIDAD

MARÍA ELENA FIGUEROA DÍAZ



María Elena Figueroa Díaz es profesora del Posgrado de Desarrollo Humano del Departamento de Psicología de la Universidad Iberoamericana, e instructora de Conaculta.

Los instructores de los cursos de formación para promotores culturales realizan su trabajo a partir de su experiencia, formación y aproximación al fenómeno de la cultura, que imprime una cierta tonalidad a sus reflexiones. Antropólogos, artistas plásticos, dramaturgos, economistas, abogados, historiadores, pedagogos, bailarines, entre otros, muchos de ellos también promotores culturales de enorme experiencia, han participado en programas de formación y han tenido contacto con un sinnúmero de personas, todas con contextos y visiones del mundo distintos entre sí.

En mi caso, fue desde la filosofía, la psicología humanista y el desarrollo humano que me interné en el mundo de la capacitación para la promoción cultural. Primero como docente en cursos de desarrollo humano y trabajo en equipos, después de desarrollo humano y creatividad y, finalmente, de desarrollo humano y cultura. La experiencia ha sido muy positiva, y no siempre fácil. La diversidad de públicos obliga a ajustar contenidos, seleccionar dinámicas, repensar ideas y conceptos obvios y aceptados por unos pero no por otros... En fin: a ser autocríticos, aprender de los otros sistemáticamente, y no casarse con creencias o prejuicios.

Observar, por un lado, la tendencia que existe a asumir una visión humanista del ser humano dentro del trabajo cultural en muchos grupos de capacitadores, gestores y promotores, y ver en varios casos la disposición de muchos grupos para adoptar una visión más sensible del ser humano y, por el otro, considerar que esa misma postura, no siempre acogida por algunos grupos, ha derivado en un gran aprendizaje: sostener y afirmar dicha posición

humanista por una parte, y por la otra tomar en cuenta que dicha postura, derivada del movimiento del potencial humano, debe ser ajustada y adaptada para convertirse en una herramienta útil y congruente para diversos grupos humanos y un instrumento eficaz en los diversos contextos de la promoción cultural.

Existen básicamente dos acepciones del término “desarrollo humano”. La primera es el concepto de desarrollo humano como “movimiento del potencial humano”, impulsado a mediados del siglo XX en Estados Unidos, principalmente por psicólogos y estudiosos que habían roto con el psicoanálisis y que se abocaron a descubrirle nuevas facetas para gestar una visión más personalizada y sensible del humano. En este contexto, desarrollo humano es una visión del ser humano que parte de premisas positivas sobre el potencial de cada persona, sobre sus necesidades y las condiciones necesarias para su pleno desarrollo y realización;¹ aspira al desarrollo pleno del individuo en diversas áreas de la acción humana y ha incidido en los ámbitos de la educación, el trabajo, las organizaciones, el trabajo social con comunidades y en la salud, entre otros.

La segunda acepción ha sido desarrollada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Educación y la Cultura (UNESCO) y por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Ésta considera el desarrollo humano como el producto de un indicador que mide con cierta objetividad el grado de desarrollo del lugar donde vive la persona y sus posibilidades para desarrollarse plenamente en él como ser humano. El indicador contiene tres rubros: educación, salud, e ingreso per cápita, y mide otros indicadores secundarios tales como el número de teatros, escuelas, museos, kilovatios per cápita, disponibilidad de agua potable, ingesta de kilocalorías por individuo, etc. De esta manera,

el desarrollo comprende no sólo el acceso a los bienes y servicios, sino también la oportunidad de elegir un modo de vida colectivo que sea pleno, satisfactorio, valioso y valorado, en el que florezca la existencia humana en todas sus formas y en su integridad. En esta perspectiva, incluso los bienes y servicios más importan-

¹ Véase Helmut Quitmann, *La psicología humanística*, Herder, Barcelona, 1989.

tes en la visión limitada y convencional son considerados valiosos solamente por ampliar nuestra libertad, de acuerdo con nuestros valores. Por lo tanto, la cultura, por importante que sea como instrumento (u obstáculo) del desarrollo, no puede ser relegada a una función subsidiaria de simple promotora (o fenómeno) del crecimiento económico. El papel de la cultura no se reduce a ser un medio para alcanzar fines –pese a que, en el sentido restringido del concepto, ése es uno de sus papeles–, sino que constituye la base social de los fines mismos. El desarrollo y la economía forman parte de la cultura de los pueblos.²

Cabe destacar que ambas concepciones se pueden complementar para dar una visión del desarrollo de la persona de su entorno, y de las condiciones tanto subjetivas como objetivas para su realización. Asumen que debe haber una base mínima para el desarrollo, pero las condiciones económicas o materiales no son suficientes para lograr dicho desarrollo; dan la palabra al actor, al individuo, y asumen que en todo proceso no puede haber imposiciones desde fuera, sino que el desarrollo debe ser de alguna manera endógeno y autogestivo.

Para José Antonio Mac Gregor la inclusión del desarrollo humano en la formación de promotores culturales obedece a la necesidad de superar inercias y renovar el papel transformador de la cultura:

la promoción cultural es concebida como una *praxis* de la libertad a la manera freiriana, es decir, como proceso permanente de reflexión-acción colectiva para el cambio social; que sea capaz de construir “puentes” que permitan los diálogos culturales, por los que puedan transitar promotores para crecer y promover el crecimiento de sus comunidades mediante el conocimiento del “otro”, esa curiosa experiencia de la “alteridad” que facilita la confrontación [...] con lo ajeno para fortalecer los procesos de autoafirmación.³

El trabajo de promotoría cultural debe ser un trabajo profundamente respetuoso de la diferencia, que no sólo tolere sino que promueva dicha diferencia, le ayude a tener una voz y un espacio propios, en fin, que permita el desarrollo pleno de los seres humanos involucrados en determinados procesos culturales.

² Javier Pérez de Cuéllar *et al*, *Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*, UNESCO, México, 1996, p. 19.

³ José Antonio Mac Gregor, “El promotor del nuevo siglo”, en *Sol del Aire. Revista del Instituto Coahuilense de Cultura* (Vol. 1 #3), México, 2002, 45-51.

Por su parte, Adrián Marcelli insiste en la existencia de un sólido vínculo entre desarrollo humano y cultura:

Tanto el desarrollo humano como el desarrollo económico requieren tener como punto de referencia el desarrollo humano, y éste es posible a partir de la cultura propia de las personas, esto es, que cuando las personas viven juntas, compiten, trabajan, se contradicen de cierta manera y cooperan, es la cultura la que los vincula, posibilitando el desarrollo personal; también es ella la que define las relaciones con la naturaleza y con el orden que quieren seguir en su relación entre sí y con el mundo.⁴

De este modo todas las formas culturales están determinadas por factores culturales. Esta idea ha sido ampliamente sustentada por la UNESCO, que ha fortalecido la dimensión cultural del desarrollo como una esfera fundamental que no se puede menospreciar ni evadir a la hora de llevar a cabo programas que busquen la potenciación de los recursos y la productividad de una región o de un pueblo. Los indicadores cualitativos (que definen a grandes rasgos la dimensión cultural del desarrollo) sirven para detectar las creencias y la naturaleza de una cultura, y tienen que tomarse en cuenta a la hora de implementar cualquier proyecto de desarrollo. Entre ellos sobresalen los siguientes:

- La relación con el tiempo (vinculada con las creencias pero también con las desigualdades sociales: la percepción del futuro y las actitudes al respecto están condicionadas en parte por la precariedad de la situación económica de las personas).
- La relación con el medio ambiente (percepción de la naturaleza, gestión con el patrimonio ecológico, percepción del espacio, modos de vida).
- La relación con el cuerpo y con la alimentación (percepción de la enfermedad y la muerte, demografía, tabúes y costumbres alimentarias y sexuales, relación con el trabajo y la jerarquía).

Incluso cuando se habla de indicadores que deben ser tomados en cuenta para valorar los distintos proyectos de desarrollo de las comunidades, entran en juego factores culturales que nos remiten a una manera particular de ver

⁴ Adrián Marcelli, "Una estrategia de capacitación para promotores y gestores para el desarrollo integral de las comunidades". Ponencia presentada en el *Coloquio Marginación y Pobreza*, Monterrey, Nuevo León, 13 de mayo de 2004.

al mundo y de interactuar con él. No es nuestro caso; refiero este punto para mostrar que el desarrollo humano es visto como desarrollo cultural desde muchas facetas. Y que la esfera de lo cultural no puede ser dejada a un lado a la hora de reflexionar, estudiar, tratar, convivir y trabajar con personas.

Afirma la UNESCO:

si bien es fácil trabajar con todo lo que pertenece al orden del cálculo racional, estratégico, es más difícil captar lo que es esencial en toda cultura, a saber, lo simbólico y lo imaginario. Hay en ello una “ausencia de poder” difícil de aceptar por los científicos y los operadores de terreno. La sensibilización respecto a la dimensión cultural del desarrollo equivale en parte a admitir de modo racional los límites de la racionalidad científica, y a trabajar a partir de ese reconocimiento.⁵

La dimensión cultural del desarrollo general alude a una dimensión profundamente humana que nos pertenece a todos, que permite nuestro crecimiento como seres con sentido, con proyectos de vida, con valores y aspiraciones, deseosos de significado y de proyección en nuestras creaciones. Y es esa dimensión humana la que le preocupa al desarrollo humano, que siempre, como lo indica el antropólogo argentino Héctor Ariel Olmos, es desarrollo cultural. Afirma, además, que la cultura se convierte en una forma integral de vida, que da cuenta de las relaciones de los individuos con su comunidad, con otras comunidades, con la naturaleza, con lo sagrado y consigo mismos, con el propósito de dar continuidad y sentido a la totalidad de su existencia.

Más aún, esta esfera cultural está ligada a la esfera de lo personal: la persona se desarrolla como individuo en cultura; sus procesos internos y su desarrollo psicoafectivo y social están determinados culturalmente. Esto debe ser tomado en cuenta tanto por los promotores culturales como por los promotores del desarrollo humano.

La capacitación de promotores culturales, que incluye una visión humanista del ser humano, no puede quedarse en la mera información acerca de las dos acepciones básicas del desarrollo humano, sino que, dentro de la dinámica de la capacitación misma, y más acorde con el contexto de trabajo para el promotor cultural, intenta sensibilizar al promotor para que se observe

⁵ A. Lestage (Ed.), *Dimensión cultural del desarrollo, hacia un enfoque práctico*, UNESCO, París, 1995, p. 210.

a sí mismo dentro de su trabajo como puente entre grupos distintos, traductor muchas veces, gestor de procesos que implican no sólo productos culturales sino seres humanos en complejos procesos, ya que en ellos están implicados sus pensamientos, emociones, creencias, aspiraciones y valores. Esto implica repensar el desarrollo humano como una serie de procesos necesariamente contextualizados, para que tengan sentido y sean útiles en la práctica.

Así, como se ha apuntado, el desarrollo humano promovido por el movimiento del potencial humano, en términos generales, parte de una confianza plena en el ser humano como un ser capaz de potenciar sus capacidades; de ser experto de sí mismo; de la importancia de aprender a vivir el aquí y el ahora; de la necesidad de lograr una personalidad saludable y aprender a tener un manejo sano de las emociones; asimismo, parte de la idea fundamental de que el aprendizaje tiene que ser significativo para que sea genuino, y de que en todos los procesos sociales la persona individual no se puede perder en las dinámicas colectivas, que tiene procesos internos que hay que develar y trabajar para que logre un desarrollo pleno de sentido.

Mi experiencia al trabajar con promotores culturales me ha permitido visualizar que el desarrollo humano también se está enriqueciendo con una visión pluralista de la cultura y de la diversidad cultural, y eso ha hecho que el desarrollo humano como movimiento del potencial humano también sea una valiosa herramienta que permite, en el contexto cultural, el equilibrio entre necesidades de distintas dimensiones, materiales y espirituales, en un grupo humano; un empoderamiento más efectivo de individuos y grupos; una ubicación de las propias necesidades y prioridades, individuales y comunitarias; una posibilidad para escuchar otras versiones de lo que es el desarrollo, el bienestar, la realización, y no nada más una visión válida e interesante, pero no universal ni mucho menos útil para grupos distintos al que dio origen a esta concepción.

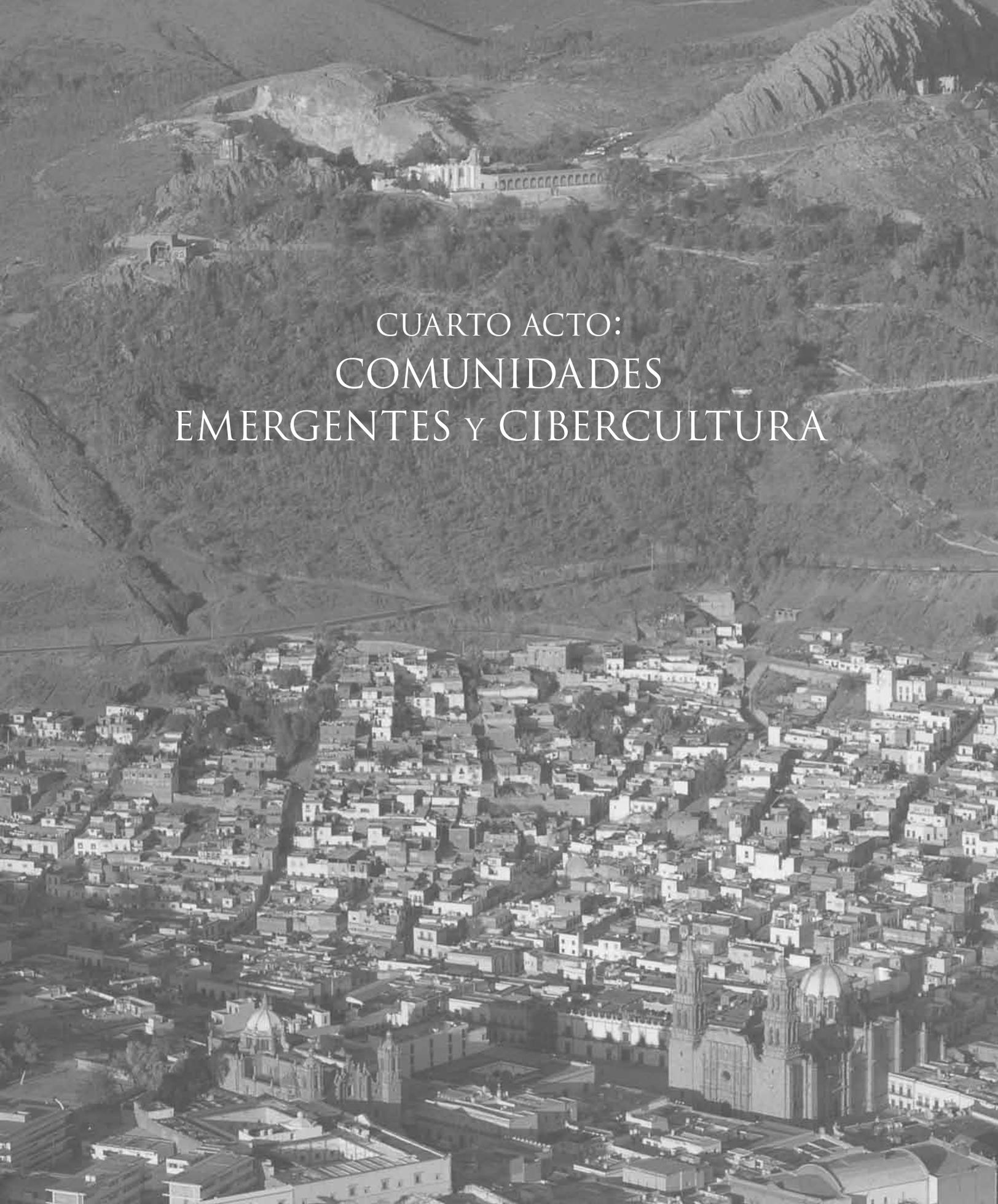
El desarrollo humano dentro de un contexto cultural puede servir también para el fortalecimiento de organizaciones sociales, traducir lenguajes y códigos, respetando la visión particular de la realidad de cada comunidad: para fortalecer así vías alternas de apoyo al desarrollo de comunidades que

confronten el asistencialismo y que logren proyectos de desarrollo desde y para las propias personas involucradas.

Podemos decir que el desarrollo humano puede aportar al pluralismo cultural y a la promotoría cultural un enfoque valioso y congruente con visiones alternativas y más democráticas de la cultura. Este enfoque parte de:

- Una reivindicación de la persona.
- Una idea humanista del ser humano. La idea del hombre como “experto de sí mismo”, de sus capacidades y necesidades.
- Una idea de la dignidad y el respeto intrínsecos a la persona humana, fundamentada filosófica y racionalmente. Un fundamento sólido para el respecto y el fomento a la diversidad.
- Un énfasis en las relaciones culturales más que en los productos acabados. Lo que importa es el hacer, la convivencia, la relación, el construir juntos un mundo propio.

Finalmente, es necesario seguir fortaleciendo una visión humanista dentro del trabajo que realizan los promotores culturales en todo el país. Esto implica, del lado del promotor, un trabajo sobre sí mismo, un trabajo para afinar las relaciones interpersonales que mantiene, una revaloración de los procesos y los productos culturales a la luz del individuo involucrado; y del lado del desarrollo humano un arduo trabajo para hacer cada día más congruentes los postulados humanistas con una visión plural de la cultura, y por lo tanto, del ser humano.

An aerial, black and white photograph of a city built on a steep hillside. The foreground shows a dense urban area with several large, prominent churches, including one with a large dome and another with a tall spire. The middle ground is filled with a dense cluster of smaller buildings. The background shows the rugged, rocky terrain of the hillside, with a large, light-colored rock formation on the left and a long, low building complex on a ridge in the distance. The overall scene is a mix of urban development and natural landscape.

CUARTO ACTO:
COMUNIDADES
EMERGENTES Y CIBERCULTURA

AMBIENTES CULTURALES Y MUNDOS MEDIÁTICOS

HÉCTOR GÓMEZ VARGAS



Héctor Gómez Vargas es académico del Departamento de Ciencias del Hombre de la Universidad Iberoamericana-León.

UNIVERSOS EN EXPANSIÓN

Las formas de denominar una serie de realidades en el mundo actual tienden a emplear términos que van más allá de lo conocido: la modernidad se ha desbordado, la globalización se ha desbocado. Quizá un término que puede sintetizar lo que sucede es el empleado por Jaques Attali como hipermundo, que parte del mundo virtual que ingresa no reemplazando, sino expandiendo al mundo real.

Los mundos mediáticos son uno de esos universos en expansión. En su interior hay mundos dentro de mundos que en sus incesantes interacciones y modificaciones propician no sólo que ellos se expandan, sino que el universo lo haga, y aparezcan otros más. Esto puede apreciarse en el paso de los medios tradicionales a lo que ahora se llama nuevos medios de comunicación, donde hay una integración con las nuevas tecnologías de la información, que tantos cambios han propiciado en la interacción y organización de la sociedad y de los individuos, así como en las habilidades y competencias de los mismos sujetos frente a través de las tecnologías de la información y de la comunicación.¹

Estas nuevas presencias, y su accionar en diferentes realidades, mundos sociales y culturales, obligan a la reflexión sobre cómo dar cuenta de las transformaciones culturales, sobre la misma tecnología y las audiencias o públicos que entran en contacto con ellas.

El desarrollo actual del cine, como industria, tecnología y estética, ofrece pistas para explorar esos mundos, pues no sólo nos habla del paso de los medios tradicionales a los nuevos medios sino también de la manera en que

¹ Véase Sonia Livingstone, *The Changing Nature and uses of Literacy, Media@LSE (Electronic Papers, #4)*, Londres, 2003.

se han interrelacionado con otros mundos mediáticos, y han propiciado en los últimos años un diálogo interesante que se materializa en la estética y los sistemas narrativos.

AMBIENTES CULTURALES

Desde hace un buen tiempo el mundo está en transición. No es un proceso reciente sino lejano, donde incluso se percibe un aliento histórico que en varias ocasiones se olvida. Sin embargo, de unas cuantas décadas a la fecha el motor de la historia se ha acelerado y muchas cosas han cambiado de manera evidente y definitiva.

Los cambios significan una modificación de la totalidad del mundo y esto implica varias cosas. No sólo el mundo está interconectado y puede respirar con un mismo o simultáneo aliento, sino que con ese impulso el factor local se ha activado y ha comenzado a actuar. Lo local entra en procesos de bifurcación a partir de los procesos históricos de su configuración inicial y desde ahí se suma a lo global. Es por ello que el entorno del mundo se hace también múltiple, con realidades varias y en paralelo. Con esto la dimensión cultural se hace presente y actuante, no sólo porque se hace visible en lo global, sino también como un factor de comprensión y construcción del mundo social.

La dimensión cultural ha llevado a entender la manera como se producen, distribuyen y consumen las formas simbólicas en las sociedades. Esto a su vez ha insertado al factor comunicación como un elemento por medio del cual se han realizado los principales procesos de diferenciación para la organización y la reproducción de lo social. La comunicación es la síntesis del empleo de una tecnología que configura un tipo de percepción, de construcción social de la realidad, y de una organización de mundos de sentidos que organizan a la sociedad y a las intersubjetividades. La tecnología de la comunicación o de la información ha tenido la fuerza y la capacidad de realizar esas síntesis e impulsar nuevos cambios en la organización del todo social, y las respuestas llevan a considerar a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías de la información como los principales productores de formas simbólicas que se distribuyen y se consumen en diversos entornos sociales.

Sin embargo, hay tres procesos importantes a considerar en este reconocimiento. Primero, que las anteriores tecnologías o formas de comunicación no desaparecen, sino que se reorganizan dentro de un sistema de comunicación social; segundo, que en la aparición y desarrollo de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de la información hay una historia que se va desarrollando más por una progresión orgánica, genealógica, que por una trayectoria lineal y secuencial; tercero, que el mundo de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías ha crecido y se ha expandido, ha creado múltiples interrelaciones tanto con otros sistemas sociales, como en su propio interior. Si bien puede verse al mundo de los medios de comunicación como una nueva superestructura social, también es importante ver que ha pasado de ser un sistema a una ecología, un sistema que contiene sistemas varios. Su ambición es la totalidad, mundos dentro de mundos.

MUNDOS MEDIÁTICOS

En una entrevista con Anthony Giddens, se le preguntó cuáles eran los factores clave que estaban enfrentando los sociólogos en los inicios del siglo XXI. Después de señalar que actualmente vivimos en un mundo de cambios un tanto dramáticos, Giddens expresó que había tres factores fundamentales a los que se enfrentan ahora: el primero se refiere al impacto de la globalización, principalmente en lo tocante a la interdependencia, la posibilidad de que el mundo esté, instantánea y simultáneamente, en todas partes. Esto no es únicamente un factor económico, sino también cultural por la presencia, revolución y acción de los medios de comunicación, que permiten no sólo que las distancias y el espacio social se modifiquen, sino que también lo haga la vivencia temporal. En el segundo, la influencia de los cambios tecnológicos ha alterado muchas de las actividades humanas y sociales (un ejemplo serían las transformaciones en el mundo laboral). El tercero son los cambios en la vida cotidiana, donde las vidas comienzan a ser estructuradas menos en relación con el pasado que con la anticipación del futuro. Hay un impacto que se aprecia más en las sociedades industrializadas, en donde los hábitos, tradiciones y costumbres juegan un rol menor en las nuevas generaciones que en las anteriores.

Una importante observación a lo expresado por Giddens se refiere a la presencia y el accionar de los medios de comunicación en la conformación de un mundo globalizado. Esto se ha hecho patente no sólo en la dimensión económica y política de la globalización, sino también en la cultural. Además, por su vínculo y convergencia con las nuevas tecnologías de la información, se ha venido formando un sistema tecnológico más amplio, en diferentes niveles, con escalas que también se interrelacionan con la vida social, es decir, lo que la gente está viviendo en estos días. Con la globalización no sólo se están dando cambios dramáticos a nivel de sistemas y estructuras, sino también en la vida diaria de la gente.

Si bien con los procesos de internacionalización la misma noción de cultura ya era cuestionada debido a que su eje de comprensión estaba ligada a un territorio, a un espacio, con la globalización ha sido cuestionada más profundamente a partir de que los escenarios cambian principalmente porque de sus conceptualizaciones emanaba un centralismo, un estatismo y una linealidad que impedía ver las realidades múltiples y diversas, cambiantes y aceleradas, como se está conformando actualmente la vida social, como está ocurriendo en las ciudades del mundo que comienzan a vivir a partir de procesos de desordenamientos, des-centramientos y des-urbanización.

La cultura mediática ha ido poblando y conformando mundos mediáticos, y en ellos un factor decisivo son los tipos de interacción y los sistemas de relaciones emergentes que se dan a partir del tipo de tecnología de comunicación y de información que se puede emplear. John B. Thompson señalaba que uno de los mayores impactos de los medios de comunicación se daba en las interacciones sociales que propiciaban. Los medios de comunicación propiciaban dos nuevos tipos de interacción que se sumaban al cara a cara: la *cuasi* mediada y la mediada, donde en la primera es necesaria la presencia de una tecnología para la comunicación entre las personas y por lo mismo hay una separación en el contexto espacial pero no en el temporal, y donde el tipo de interacción tiende a darse de manera unidireccional, monológica; la segunda implica que la interacción se da por medio de la misma tecnología, y por lo mismo tiende a ser dialógica e implica la separación de los contextos espaciales y temporales.

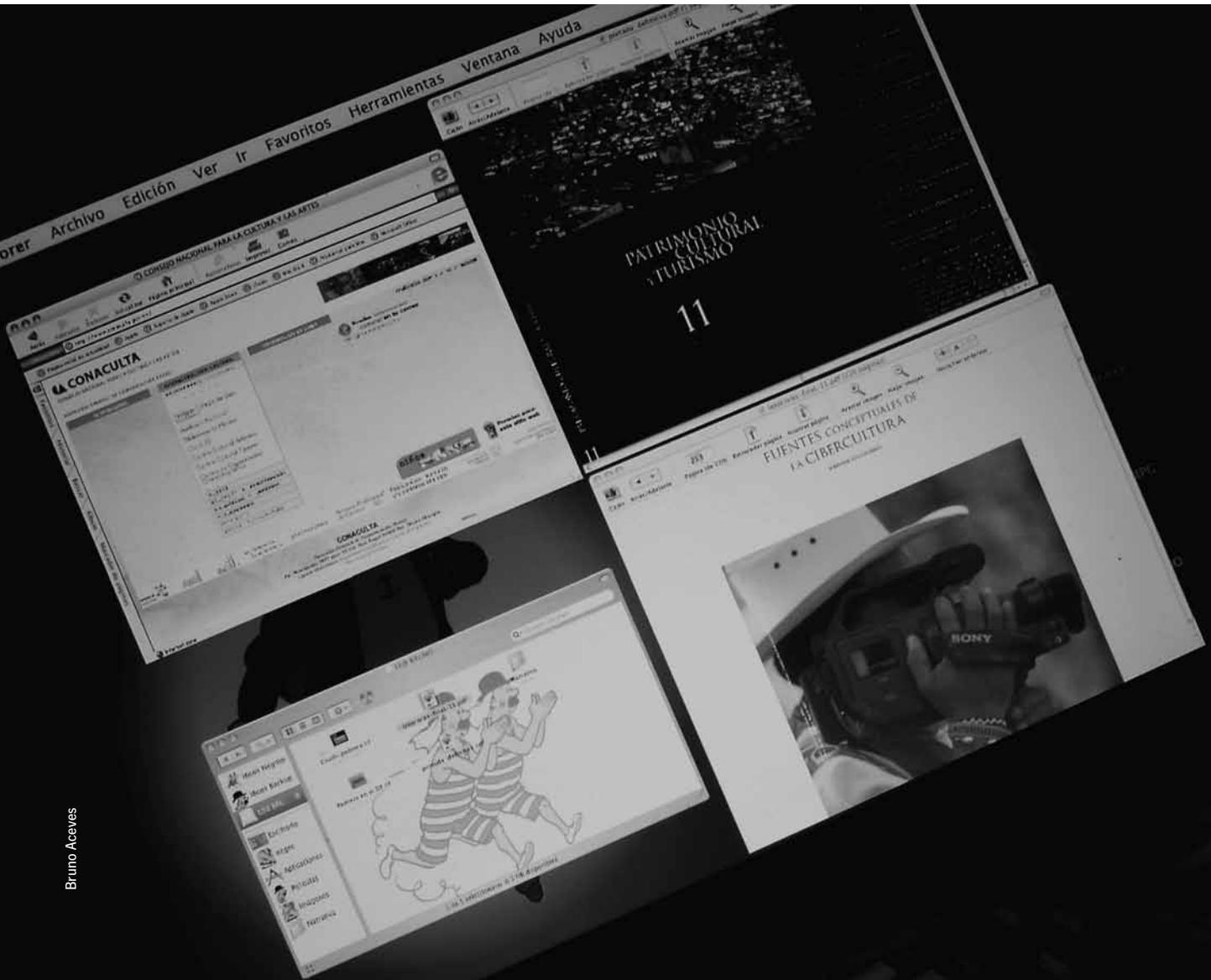
MUNDOS DENTRO DE MUNDOS

Pensemos en una casa cualquiera y en el tipo de equipamiento de tecnología tanto de comunicación como de información que hay en su interior. Revisemos sus diferentes espacios y en cada uno observemos dónde está ubicada cada tecnología, la cantidad y el tipo de tecnología. Después tengamos un mapa global de toda la casa. De este ejercicio hay varias cosas importantes: la primera sería la gran cantidad de tecnología que hay en una casa; la segunda es la gran diversidad de tecnología tanto de comunicación como de información; la tercera que cada espacio tiene una diversidad de tecnologías, de acuerdo con la estrategia familiar de equipamiento, en función de la cantidad de habitantes, el rol en la estructura y dinámica familiar, los espacios disponibles, las personas que tienden a ocuparlos y las relaciones que en cada espacio tienden a realizarse. Desde el punto de vista del equipamiento tecnológico una casa es un micromundo.

Pero si hacemos lo mismo con varias casas el panorama se mueve, la mirada se hace más compleja y permite observar una serie de elementos que intervienen en el equipamiento tecnológico y en la dinámica familiar por y con la tecnología. De entrada se observa que hay una serie de elementos y tendencias comunes, pero que se desarrollan y se viven de manera diferenciada. Las casas son un mundo donde habitan mundos varios y las casas son mundos dentro de mundos.

FUENTES CONCEPTUALES DE LA CIBERCULTURA

JESÚS GALINDO CÁCERES



Jesús Galindo Cáceres es profesor de tiempo completo del Doctorado en Comunicación de la Universidad Veracruzana.

“Cibercultura” es una palabra con un uso convencional que alude en forma general a la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Su connotación asocia computadoras y el ámbito de vida social que ellas suponen. En ese sentido es una palabra con una conceptualización cada vez más referida al sentido común. De ser un neologismo con ciertas oscuridades que aluden a la ciencia ficción, ha pasado a formar parte del uso común, y es en el mundo de los medios de difusión y su agenda donde ha alcanzado proyección pública. Pero sobre todo ha sido en el vínculo entre el sector comercial de las nuevas tecnologías y la vida cotidiana del lenguaje sobre computadoras donde este término ha logrado emerger. Por cibercultura se entiende el conocimiento en computación, en lo que se refiere particularmente a ese campo. Incluso en el medio académico este es el uso convencional de la palabra, pero tiene otros ámbitos de aplicación, y otros elementos de composición.

La pregunta inicial es cuántos conceptos tenemos en este momento que nos lleven a ubicar el término cibercultura. La respuesta no es simple pero es necesario visualizar la vida simbólica del asunto que aquí nos interesa. Una serie de definiciones ayudarán en el proceso de comprensión y precisión.

- 1) El mundo comercial se halla asociado a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en particular el de la computación.
- 2) En el mundo del periodismo, informática y telemática se consideran bajo el concepto genérico de cibercultura, pero también con otras connotaciones que vienen del mundo de la ingeniería y de la ciencia.

3) El mundo de la literatura y la ciencia ficción han sido pródigos en imágenes y visiones sobre la vida social construida por máquinas de diversos tipos, desde la computadora doméstica hasta los robots. Es el gran surtidor de nociones para otros ámbitos.

4) El mundo de la filosofía y la historia, centrales en el pensamiento humanístico, es básico en esta configuración. Aquí aparece el campo de enfrentamiento entre los amantes del progreso y del mundo poblado de máquinas y sus interfaces, y el de los apocalípticos, quienes sugieren una limitación o desaparición del sistema constructivo de vida social proveniente de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

5) El mundo de la ingeniería, en forma muy general, ha sido el que ha impulsado el uso comercial del concepto. Aquí se encuentran los referentes bibliográficos que componen el espacio conceptual de las máquinas, los programas informáticos, las redes computacionales, el internet. Y también el espacio conceptual asociado a la robótica, la nanotecnología y otros desarrollos entre lo cognitivo, las neurociencias y la tecnología en general.

6) El mundo de la ciencia ha estado un poco menos presente en el asunto. Poco a poco ha propuesto los principios de programas de investigación, pero aún reflexiona sobre lo que los otros ámbitos le piden que aclare.

La conexión global avanza, y lo hace en una retícula impresionante. Lo que antes sólo podía suceder con un gran gasto material y energético, con viajes y movimientos de estudio, ahora está al alcance de un *clic ratón* de una computadora conectada a la red global de internet. Por otra parte, lo que antes suponía el empleo de muchas horas de trabajo y esfuerzo, ahora se verifica en minutos o segundos en una computadora portátil. Estas dos imágenes están revolucionando nuestra forma de percibir, de actuar, y sobre todo de configurar expectativas. La tecnología en el pasado se desarrolló en los espacios de la reproducción material. También el punto de vista político tuvo su momento y desde ahí logramos entender lo que pasaba y había pasado en el mundo y lo que pasaría en el futuro. Desde estos dos sistemas autónomos de percepción, de construcción social de sentido, fenómenos como la agricultura, la lengua,

el libro, la electricidad, fueron percibidos y comprendidos. Pero la situación cambia cuando es la cultura la que organiza la cohesión del cambio histórico.

El movimiento de la cultura como sistema autónomo de percepción y conocimiento ha sido paulatino. Su emergencia se ha supeditado por mucho tiempo a otros campos de organización de sentido, y en nuestra historia reciente pasó de un ámbito especializado y elitista, el de las bellas artes, a un campo general de visiones y prospectivas, el de la vida social como mundo simbólico. Aun así siguió siendo durante el siglo XX sólo un campo permitido y legal de comprensión, pero no de organización global. La pregunta aquí es sobre la posibilidad de que eso suceda y cuáles serían sus consecuencias, qué tipo de sociedad surgiría, qué tipo de actores individuales serían los que poblarían esa sociedad, cómo sería percibido y comprendido el mundo desde esa articulación del universo.

La ecología cultural, con su poder explicativo, ha mirado a la tecnología como un eje básico de la vida social. ¿Qué puede decir ahora frente a la revolución tecnológica de las máquinas de información y comunicación? Los fenómenos sociales del mundo de la electricidad unidos al mundo de la informática y la telemática afectan globalmente a toda la raza humana, la conectan en forma inédita a una velocidad incomprensible. Hay un nuevo todo que se está estructurando con nuevas instalaciones, que se está imbricando con las anteriores en un efecto de interrelación en que los discursos disponibles sólo pueden responder con admiración optimista o con paranoia pesimista.

Desde los años sesenta se presenta un fenómeno en la comunidad académica y su espacio social de influencia, bajo el rubro general de ciencia, tecnología y sociedad. La visión del tiempo y el espacio es la marca de nuestra epistemología, filosofía, mitología, a través de la historia. En el mundo moderno se dio un fenómeno extraordinario del cual aún estamos recibiendo el impacto, una fascinación por el futuro. En Estados Unidos se vivió un fenómeno peculiar después de la Segunda Guerra mundial y hubo una unión social de acción y sentido alrededor de la idea de progreso: la construcción optimista del futuro para todos. Y funcionó. Lo que sucedió una generación después es un asunto para estudiar con mucha calma: empezó la crítica del progreso, pro-

veniente del mismo ámbito exitoso. La crítica fue radical al principio, después menos dura, y hoy es un campo de trabajo-estudio acerca de lo que promovió el progreso antes que cualquier otra función social, científica y tecnológica.

Lo que posibilita este campo de estudio es la conexión entre ámbitos que se movieron casi por separado en el mundo académico durante el siglo XX, las tradicionales humanidades y las emergentes ciencia y tecnología. Sobre esta historia particular también hay mucho que mirar y reconocer. Lo que sucedió en ese campo, a veces incluso conflictivo, está detrás de mucho de lo que hoy pasa en los diversos medios donde se está construyendo el futuro del mundo. Y en esta dirección la integración de tales ámbitos diversos de representación y sentido de lo humano y lo social representan una de las claves para los futuros posibles mejor organizados. La cibercultura es un espacio conceptual en este escenario, que puede ser uno de los nodos que aten las diversidades y las separaciones, un puente de contacto, un canal de comunicación, un constructor básico de interrelación de campos plurales.

La cibercultura puede ser una noción que integre, que coordine, que permita la colaboración entre espacios conceptuales diversos y distintos. Al tener simbólicamente la carga del concepto cultura y toda su tradición humanística, y el concepto cibernética con toda su emergencia tecnológica-científica, puede ser el puente que necesitamos apuntalar entre el pasado y el futuro para transitar mejor el mundo contemporáneo hacia escenarios y mundos posibles mejores, más bellos, más eficientes, más coherentes, más armónicos, más justos y equilibrados, y al mismo tiempo con configuraciones que abran más posibilidades, que permitan mayor complejidad sistémica, más economía energética, mejor reorganización inteligente, mayor conectividad y vinculación comunicativa.

SE CIERRA EL TELÓN: DISCURSO DE CLAUSURA (FRAGMENTO)

Fuimos albergados por una noble y espléndida ciudad, maravilla que recordaremos por su belleza y por la hospitalidad que recibimos de su gente, de sus gobernantes y de sus instituciones culturales y universitarias.

Maestro David Eduardo Rivera, director general del Instituto Zacatecano de Cultura, reciba el agradecimiento leal y sincero de todos los asistentes a este encuentro, para usted y su equipo de trabajo, con Enrique Ávila y demás compañeros haciendo un trabajo de excepcional calidad por las extraordinarias y finas atenciones que nos prodigaron.

Motivo de orgullo desde hace años y de agradecimiento total es poder trabajar con un equipo de personas talentosas, comprometidas y de incuestionable calidad humana. Gracias a Adrián Marcelli, Beatriz García, Diana Hernández y, en esta ocasión muy especialmente, a Cissi Montilla y Adriana Martínez.

Los conferencistas, talleristas, moderadores, contraponentes y artistas invitados, todos de enorme estatura profesional, no sólo viajaron largas distancias, a veces con aviso de última hora, cambiando agendas, preparando materiales, sino que también nos transmitieron su perdurable amistad entrañable y desinteresada.

En estos días compartimos mucho trabajo y anhelos acumulados: reencontros afectivos, conocimientos, discusiones y proyectos; presentamos libros y audiovisuales y realizamos entrevistas y reuniones formales fuera de programa, como la efectuada entre el Conaculta y las universidades para continuar estableciendo licenciaturas y maestrías en Desarrollo Cultural, para respaldar el trabajo de promotores culturales que no han podido obtener formación profesional.

De igual manera, se realizaron pláticas con funcionarios estatales interesados en ser anfitriones del II Encuentro Nacional en 2005.

A todos muchas gracias.

Dirección de Capacitación Cultural - DGVC - Conaculta

se terminó de imprimir en abril de 2005
en los talleres de:

 **CONACULTA**
Coordinación de Patrimonio Cultural,
Desarrollo y Turismo