

1 CONGRESO LATINOAMERICANO de Gestión Cultural

Santiago | Chile | 23 al 27 | Abril | 2014

La comunicación como estrategia de gestión de los procesos culturales ¹

Elsa Bejarano Pólit ²
Yadira Aguagallo Chagñay³

¹ Ponencia presentada al Primer Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural, realizado en Santiago de Chile, entre los días 23 al 27 de abril de 2014.

² Analista de Conflictos y Comunicación. Secretaría Nacional de Gestión de la Política.

³ Consultora de Comunicación para proyectos de desarrollo. Grupo FARO

1. INTRODUCCIÓN

Entre los meses de septiembre y diciembre del 2009 las proponentes de esta ponencia, en conjunto con la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura del Ecuador, ejecutaron el “Proyecto niñas, niños y jóvenes en el fortalecimiento de espacios culturales a través de intercambios y creación de redes en el Centro y Norte de la provincia de Pichincha” donde el desarrollo de estrategias de comunicación entre la institución ejecutora y las comunidades beneficiarias incidió en la consecución de resultados. Esta experiencia permitió un acercamiento a la realidad de la gestión cultural desde los colectivos culturales involucrados y la institución, así como realizar un trabajo que recorra la teoría y práctica. Aquello evidenció la necesidad de trabajar la gestión cultural acompañada de un fuerte componente comunicativo. De esta manera se abre un escenario óptimo para trabajar la comunicación para el desarrollo desde los reconocimientos y reencuentros con el otro, otorgándole un nuevo rol al gestor cultural como mediador de los procesos culturales.

2. COMPONENTES

Para llegar a estas conclusiones, fueron necesarios tres aspectos fundamentales:

1. El análisis conceptual de las categorías cultura, comunicación, gestor cultural e intercambio, con el objetivo de identificar los mitos construidos en torno a ellas y las posibilidades de su redefinición, a partir del reconocimiento de la realidad intercultural del Ecuador.
2. El estudio del marco legal ecuatoriano que posibilita la inclusión de la comunicación a los planes, programas y proyectos vinculados a la gestión de la cultura.
3. La ejecución de un proyecto de redes de intercambio entre colectivos culturales usando como herramienta de gestión a la comunicación.

Estas tres etapas están transversalizadas por la relación indivisible entre comunicación y cultura. Para el desarrollo de las mismas este documento inicia con una mirada a las concepciones desarrolladas sobre las categorías comunicación y cultura, para luego dar paso a la construcción de un reconceptualización que contiene la relación entre ambas y a partir de las cuales se otorga un nuevo sentido al trabajo del gestor cultural y a la concepción de intercambio.

2.1 COMUNICACIÓN Y CULTURA: UNA RELACIÓN INDIVISIBLE:

Redefiniendo la comunicación:

La comunicación y en especial en América Latina es el reconocimiento de los grupos sociales como sujetos de la historia y de la construcción de una sociedad más equitativa, justa y democrática. Es una comunicación que en sí misma se vuelve resistencia y por medio de ello es capaz de crear redes de intercambios, físicos, simbólicos, etc.

A decir de Jesús Marín Barbero, hablar de comunicación hoy en América Latina:

Es hablar de las sinergias, dinámicas, movimientos sociales, siempre lo ha sido, pero hoy más que ayer, porque hoy más que ayer las comunidades, los grupos sociales, los movimientos juveniles, las voces indígenas, los ritmos afro descendientes, y los sentires de los distintos grupos y organizaciones tienen nuevos instrumentos, técnicas y tecnologías a su alcance.⁴

Y esos nuevos instrumentos forman hoy sociedades complejas sobre las que la comprensión de sus formas de comunicación resulta imprescindible. Se debe pensar la comunicación como escenario social donde se ha superado la denominación netamente técnica y tecnológica “para pensar la comunicación como “mediación”, “proceso”, “interacción”, “intercambio de sentidos”, “inter

⁴ GÓMEZ, Vargas Héctor: “Jesús Martín Barbero: Para pensar la comunicación en América latina (comunicación, cultura y sociedad)”. Universidad Iberoamericana de León. 1993

aprendizaje”⁵. Solo de esta manera la comunicación se vuelve realmente social se convierte en instrumento de reivindicaciones.

El estudio de la comunicación por tanto se encamina a conocer no qué producen las sociedades, sino las formas el sentido y los usos de esas producciones. La comunicación por tanto, es en sí misma la creadora de ellas, de la identidad, la diversidad, la alteridad, ersla otredad y sin duda de la cultura, pues al ser la que permite la definición del ser es la que crea las situaciones en las que este se desenvuelve.

Cultura no es arte:

En tanto, cuando llega la hora de buscar una definición de cultura es posible evidenciar la existencia de un conflicto, pues la mayoría de conceptos no han superado a los adjetivos de occidente y tampoco han sobrepasado la mera descripción de rasgos culturales de las sociedades, manteniendo siempre al margen a los individuos que las componen. Pero el conflicto no solo es conceptual sino que también tiene que ver con las diversas formas de ver el mundo y la realidad, que evidentemente representan posturas sociales, ideológicas y políticas distintas, ya que toda lucha conceptual es el reflejo de la lucha por el control de los significados⁶.

Por tanto, es necesario llegar a un entendimiento de la cultura como experiencia y transformación, la misma que se desenvuelve en un escenario dialéctico, pues desde este sentido la cultura no es estática sino constantemente cambiante, es el resultado de un transitar histórico de los seres humanos. En este sentido es posible ver a la cultura como la totalidad de prácticas y la producción simbólica del ser humano, resultado de la praxis de los sujetos en sociedad, dentro de un proceso histórico.

⁵ MONTROYA Alma. “La comunicación desde América Latina”. ALER, Bogotá 2007

⁶ GUERRERO, Patricio. “La Cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia”. Quito, Ecuador. Ediciones Abya-Yala 2002. Pg. 35

Acercarse a la cultura desde lo simbólico es comprender a los sujetos desde sus mundos subjetivos y en relación a la realidad objetiva en que viven. Así se van creando vínculos y desarticulaciones, estableciendo valores y expectativas, definiendo su vida cotidiana, que forma parte de un quehacer articulado de mundos simbólicos comunes, que se legitiman y reproducen, sufren desajustes pero vuelven a armarse en torno a relaciones humanas.

La cultura es por tanto el modo particular en que una sociedad expresa su convivencia y la forma en que se legitima y representa por medio de su propio entramado e intercambio simbólico⁷.

Así, la cultura es vista como un acto de alteridad, donde el lenguaje simbólico que ofrece la comunicación hace posible aprender y transmitir lo aprendido en la interacción social. La comunicación hace posible la cultura ya que permite que el mundo simbólico producido por ella pueda ser expresado y utilizado como herramienta de creación y transmisión de conocimiento.

Pero, al mismo tiempo la interacción social que produce signos culturales posibilita la aparición de lenguajes que devienen en comunicación, por tanto el aprendizaje cultural depende de la utilización de los símbolos, que son a su vez productos de la necesidad de comunicación del ser humano.

Consecuentemente si la cultura es un conjunto de interacciones simbólicas y la comunicación es la expresión de las mismas, la relación entre ambas es más que obvia, la comunicación permite la cultura, la cultura se manifiesta en la comunicación. Están por tanto en íntima relación, y de manera más arriesgada comunicación y cultura son dos cosas que forman una sola: comunicación es cultura, cultura es comunicación.

⁷ “Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos, un desafío cultural”. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Santiago de Chile 2002. Pg. 37

El gestor cultural: comunicadores de sentidos y cazadores de estrategias.

El gestor cultural debe entender que comunicar es mucho más que acceder a los medios masivos de comunicación. Comunicar es planificar qué calidad de conversación va a tener un proceso cultural, cómo se forjan alianzas y cómo se logra la vinculación con otros sectores.

Las funciones y competencias de los gestores culturales evolucionan paralelamente a la realidad social, estos pueden adquirir un protagonismo desde la perspectiva de su propia iniciativa social, y como elementos de presión sobre las estructuras de las administraciones públicas. Por lo tanto, el papel de los gestores culturales tiene que considerarse como un factor importante para la construcción y significación que puede darse a las necesidades y a las problemáticas de la sociedad. Lo cual les convierte en actores claves dentro de la gestión cultural, siempre y cuando se conviertan en dinamizadores y no descuiden su condición mediadora.

Una vez que se tiene claro el rol de la comunicación en la gestión de la cultura, como creadora de procesos de participación por medio del diálogo, es necesario tener en cuenta que la comunicación en cultura requiere de estrategia, la misma que debe enfocarse a lograr la atención de los actores culturales, el interés por el desarrollo a partir del trabajo en la cultura, el deseo por compartir un camino común y la acción para la concreción de objetivos.

Pero por sobre todas las cosas el desarrollo de estrategias implica un no rotundo a una comunicación improvisada y poco profesional, pues se deben pensar estrategias tanto globales como locales. Estrategias que van orientadas hacia el complejo juego de las relaciones dentro de las instituciones, hacia la percepción ajena, a la producción de sentido para quienes necesitan apoyar sus prácticas cotidianas.

2.2 EL MARCO LEGAL COMO PIEDRA ANGULAR DEL DESARROLLO CULTURAL DESDE LA COMUNICACIÓN:

Los últimos 15 años han sido claves en el tema de gestión cultural en el país, puesto que es el período en el que, fruto de las luchas de los movimientos sociales y especialmente de los pueblos indígenas los conceptos de cultura se modifican. Se deja de pensarla como la dicotomía: cultos e incultos, y su sentido antropológico define las nuevas ideas sobre ella.

Además, aunque la Constitución de 1998 consagró un modelo neoliberal, por primera vez en la historia, el Ecuador fue declarado país pluricultural y multiétnico, lo cual dio paso a la discusión sobre temas como la ancestralidad, y el reconocimiento de las formas tradicionales de organización y relaciones comunitarias, el patrimonio histórico, etc. Dicho marco legal permitió que la nueva década que empezaba traiga consigo un interés acrecentado en lo que la cultura se refiere.

Así también se introduce la gestión de la cultura como la forma de obtener resultados e impactos de los proyectos encaminados hacia el desarrollo. El auge de este tipo de gestión tiene que ver también con el auge de las nuevas visiones sobre el desarrollo, que se transforma en local, endógeno, participativo, comunitario, etc.

Con el fortalecimiento a los gobiernos locales, creados como resultado de la crisis de un Estado centralista en la década de los 90,⁸ se dio paso a la discusión de temas relacionados con la gestión descentralizada, y la cultura también fue incluida como un tema de trabajo y planificación de proyectos de desarrollo. Y, aunque en sus inicios las acciones relacionadas a cultura giraban en torno a conmemoraciones cívicas, organización de festivales artísticos, etc., de a poco la integración de temas como el patrimonio intangible, la memoria histórica, la diversidad y la interculturalidad se incorporaron al debate. No obstante la gestión

⁸ VALAREZO, Galo y TORRES, Víctor Hugo. *El desarrollo local en el Ecuador: Historia, actores y métodos*. Ediciones Abya Yala. Primera Edición. Quito 2004. Pág. 123.

en estos últimos no ha resultado una tarea fácil y se sigue haciendo un símil entre la gestión de recursos para la organización de festivales con concurrencia masiva donde se pone de manifiesto el mercado de productos “culturales” que más bien se traducen en productos artísticos.

En el año 2007 el presidente de la República, Rafael Correa, declara como política de Estado el desarrollo cultural del país. Cabe recalcar que hasta el 15 de enero de ese año dentro del anterior ministerio de Educación y Cultura, funcionaba la Subsecretaria de Cultura que contaba con un presupuesto bastante limitado en relación a las verdaderas dimensiones de la cultura en el país.

Es por ello que con la creación del Ministerio de Cultura en el 2007 se teje un nuevo panorama de la gestión cultural no solo en la provincia sino en el país entero. De la misma forma, la Constitución Política del país del 2008 define una serie de derechos culturales en los que se puede interpretar lo que desde este documento se define como cultura.

No obstante, estos importantes avances continúan navegando en la teoría y el papel. A pesar de que el marco legal posibilita el entendimiento de la gestión desde la producción y transformación de sentidos, las formas en que aún se utilizan las herramientas de gestión no sobrepasan la organización de eventos, la construcción de infraestructura, el auspicio para las artes.

2.3LA EXPERIENCIA: UN PROYECTO PARA ENTENDER A LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE LOS PROCESOS CULTURALES

Entre los meses de octubre y diciembre de 2009 se ejecutó el proyecto “Niñas, niños y jóvenes en el fortalecimiento de espacios culturales a través de intercambios y creación de redes en el centro y norte de la Provincia de Pichincha”, en el que intervinieron la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, la Dirección de Cultura del Municipio de Cayambe, las Juntas Parroquiales de La Merced (Quito) y Olmedo (Cayambe) y cinco espacios culturales dedicados al trabajo cultural y a la recreación de manifestaciones artísticas.

El objetivo primordial del proyecto fue articular espacios culturales que ofertaran actividades para niños y jóvenes y construir redes de intercambio entre ellos. Dada la complejidad de agrupar a espacios tanto geográfica como socialmente diversos, el proyecto resultó un medio por el cual medir la importancia de las estrategias de comunicación para lograr que todos trabajen en torno a la creación de redes de intercambio.

De esta manera se determinó el trabajo con los grupos: Centro Cultural Anta Kara de Cantón Pedro Moncayo, El Centro Cultural Tránsito Amaguaña en Cayambe, el Colectivo Hip-Hop Lado Sur en el sur de Quito, el Centro de Desarrollo Cultural y Juvenil la Hueca ubicado en Quito-Carcelén Bajo y la Junta Parroquial La Merced ubicado en el Valle de los Chillos en Quito.

El plan de comunicación sugerido por las autoridades de la Dirección Provincial de Cultura, contenían enfoques netamente publicitarios y de difusión a través de visitas a medios de comunicación de los cantones en donde se desarrolló el proyecto. De esto se desprende que, aun cuando los conceptos de cultura de las instituciones han ido cambiando en los últimos años, todavía se considera a la comunicación dentro de un proyecto como la difusión de las actividades y resultados del mismo.

No obstante, aun cuando existían líneas de trabajo de la comunicación dentro del proyecto, se vio como parte vital la creación de otro tipo de estrategias que sirvieran como formas de mediación con los grupos involucrados, puesto que al tratarse de colectivos que han tenido procesos de creación y desarrollo propios es necesario abordarlos en dependencia de un análisis de su historia, contexto, formas de vincularse y de gestionarse, así como del territorio en que se ubican.

Comunicación como estrategia de fortalecimiento de la gestión cultural:

Estas estrategias de comunicación van más allá de transmitir un proyecto a una localidad, sino articular ideas para que el proceso sea adquirido por los integrantes como propio.

Desfilan así nuevas líneas de trabajo tales como la producción amplia y concertada de la agenda pública; la organización de un debate plural que garantice, respete y llegue a construir consensos, identificando disensos claves para el aprendizaje y el ejercicio democrático; la organización de relatos simbólicos recuperando la vida e historia cotidiana y los conflictos del ser ciudadano hoy; discusiones y producciones que alimenten las decisiones ciudadanas a tomar y abran otros espacios de participación; que la ciudadanía forme una demanda de calidad a los medios y puedan ejercer vigilancia sobre ellos; que los programas políticos cambien totalmente siendo interesantes y no banales. Es decir, una comunicación que cree y recree lo público en relación con sus públicos ciudadanos. Una comunicación que analice el poder y ayude a forjar otros equilibrios empoderando al ciudadano.

Las claves de la estrategia:

- Interculturalidad:

La comunicación intercultural puede ayudar a crear una atmósfera que promueva la cooperación y el entendimiento entre los diferentes actores, y posee características especiales que le pueden permitir realizar tal función. Estas características son: sensibilidad a las diferencias culturales y una apreciación de la singularidad cultural; tolerancia para las conductas de comunicación ambiguas; deseo de aceptar lo inesperado; flexibilidad para cambiar o adoptar alternativas; y expectativas reducidas respecto a una comunicación efectiva.

- Territorio

Cuando se habla de la comunicación como relación con el territorio es necesario que el gestor cultural reconozca como tal al espacio donde la actividad cultural se desarrolla, incluye el entorno físico, su historia, las características sociales y económicas, y en particular los imaginarios sociales compartidos. La territorialidad es la construcción de una red de relaciones (espacio comunicacional humano), dentro de la cual, se dan operaciones que portan el sentido de agenciamiento, de

pertenencia y de identidad a partir de la cual, se configuran los arreglos espaciales y temporales de una cultura.⁹

El territorio (tangible e intangible) es en sí mismo un canal de comunicación, donde las personas se interrelacionan, aprenden, reflexionan, recrean sus actividades, y discuten sus perspectivas. Es decir, la relación con el territorio es un conjunto de mediaciones que se van encadenando, por medio del proceso de comunicación, al campo educativo y expresivo.

- Relación con los actores

La gestión de la cultura que hoy es necesaria no se debe centrar ni en los artistas, ni en la gestión de productos, ni en las facilidades de distribución y gasto de recursos, ni en los grandes eventos, pues aunque todo esto es sin duda importante, viene después, cuando se ha logrado la participación. Apostar por la cultura poniendo en el centro a los ciudadanos/actores, implica apostar por sus ideas y necesidades y hacer que estas se conviertan en derechos, esta visión se opone al asistencialismo y propone que sean los derechos de los actores culturales los que se posicionen como temas de fondo en las agendas públicas, lo cual es el primer paso para la construcción de políticas culturales y de comunicación.

Aquí es donde ingresa la gran apuesta del gestor cultural: optar por un cambio radical: la gente, los ciudadanos primero. Los ciudadanos que desean una vida más creativa, menos pasiva y más relacional. Optar por el trabajo en cultura desde los ciudadanos es una manera de trabajar en la que la gestión es siempre relacional.

⁹ SOTO, Paulina. "Propuestas metodológicas para una cartografía cultural. En: "Gestión de Políticas Culturales" Cuaderno 1. Colección Cuadernos. Fondo Editorial Ministerio de Cultura. Quito 2008. Pág. 45.

REFERENCIAS:

- “Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos, un desafío cultural”. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Santiago de Chile 2002.
- GÓMEZ, Vargas Héctor: “Jesús Martín Barbero: Para pensar la comunicación en América latina (comunicación, cultura y sociedad)”. Universidad Iberoamericana de León. 1993
- GUERRERO, Patricio. “La Cultura: estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia”. Quito, Ecuador. Ediciones Abya-Yala 2002.
- MONTOYA Alma. “La comunicación desde América Latina”. ALER, Bogotá 2007.
- SOTO, Paulina. “Propuestas metodológicas para una cartografía cultural. En: “Gestión de Políticas Culturales” Cuaderno 1. Colección Cuadernos. Fondo Editorial Ministerio de Cultura. Quito 2008. Pág. 45.
- VALAREZO, Galo y TORRES, Víctor Hugo. *El desarrollo local en el Ecuador: Historia, actores y métodos*. Ediciones Abya Yala. Primera Edición. Quito 2004.