

América Larrain
(Doutoranda PPGAS-
UFSC)

El presente artículo procura realizar un análisis del papel del gestor cultural como agente de iniciativas, proyectos y políticas que emplea las nociones/categorías de arte y cultura de forma cotidiana y muchas veces instrumental. Asumiendo de forma explícita el carácter "artístico-cultural" de objetos, manifestaciones y eventos, el gestor cultural trabaja sobre el principio de exclusión y diferenciación de aquello que puede ser considerado arte y cultura y aquello que no.

Pretendo a continuación abordar la problemática de la construcción de las nociones/categorías mencionadas, a partir de observaciones de eventos festivos, por considerarlos espacios privilegiados de observación de lo social, al ser lugares donde simbólicamente se construyen y modelan identidades; donde objetos, acciones y discursos adquieren un significado que dota de sentido el entorno sociocultural en el que ocurren.

Considero relevante esta discusión tomando en cuenta que ese tipo de espacios exigen del gestor cultural gran atención en cuanto a la utilización de categorías y discursos para la formulación y gestión de proyectos de apoyo y fomento, ya que tanto en fiestas, festivales, carnavales y eventos parecidos, no solo se reflejan sino que se construyen estructuras sociales (Mendoza 2000). Por tal motivo, los discursos que sustentan estos espacios, deben procurar ser cuidadosos y explícitos sobre el significado de conceptos y categorías frecuentemente utilizados como arte, cultura, o popular, que son palabras naturalizadas, del sentido común y usadas cotidianamente sin mucha conciencia de las implicaciones directas que pueden tener.

Festivales, fiestas y eventos similares, según Stoeltje (1992), tienen como uno de sus objetivos importantes la expresión de la identidad de un grupo apelando a la memoria y a la ancestralidad. Según la autora, los eventos que tienen la palabra festival en sus nombres, son generalmente construcciones modernas-contemporáneas que sirven mayormente a propósitos ideológicos, comerciales y políticos de autoridades interesadas en la promoción de sí mismas.

Hablar de fomento y apoyo a la cultura, en la actualidad es un discurso eficaz, que moviliza esfuerzos y voluntades, pues se encuentra arraigado en la idea de "cultura" como un aspecto humano sujeto de atención y cuidados, muchas

veces ligado al pasado y que remite a lo ancestral, siendo el concepto de “patrimonio” muy próximo a esta noción, sirviendo además de guía para la formulación y creación de discursos que alientan la necesidad de preservación de determinados trazos como parte de la “herencia” o “legado” de un determinado pueblo o nación. Estos temas serán profundizados más adelante en el texto.

Por estos motivos entre otros, el uso de algunas palabras merece ser pensado mas allá de sus significados aparentes, pues la utilización de las mismas en contextos particulares tiene implicaciones e impactos como el surgimiento de trazos de nacionalismo o regionalismo extremo, ya que al exacerbar y/o enaltecer exageradamente un rasgo cultural particular, las comunidades muchas veces se cercan en ficciones identitarias que normalmente buscan legitimar intereses de sectores particulares de una población bajo discursos de “rescate”, “fomento” o “fortalecimiento” de la cultura local.

Mi interés en abordar teóricamente la implicación del uso de ciertos términos y categorías, dentro del quehacer del gestor cultural, tiene que ver con la constatación empírica de que los discursos contruidos a partir de la legitimidad representada por quienes, se supone, son autoridades en el tema, tienen impactos directos sobre la vida de las comunidades que practican y vivencian estos eventos, tal como observé en mi trabajo de maestría sobre el Festival de Danza de Joinville, reconocido evento del estado de Santa Catarina, al sur de Brasil (Larraín 2008).

¿QUÉ ES LO QUE LLAMAMOS CULTURA?

En este punto es relevante considerar que no pretendo de ninguna manera traer reflexiones sobre lo que es “realmente” cultura, pues considero que esta palabra-categoría, cobra múltiples significados dependiendo del contexto en el que es utilizada; de hecho, esa es una de las hipótesis que guía este trabajo. Deseo reflexionar sobre la forma en que estos espacios efectivamente son piezas claves en la construcción de las estructuras sociales y cuáles son las implicaciones y transformaciones de las categorías en cuestión (arte, cultura, tradición, patrimonio, etc.). Cultura como categoría y noción, utilizada tanto en las ciencias humanas y sociales, como en otro tipo de contextos académicos, ha sido ampliamente discutida y repensada por múltiples autores. Kuper (2002), por ejemplo, reflexiona sobre el uso de esta categoría que a veces parece tan natural, pero que sin duda ha tenido consecuencias, en las teorías, discursos y prácticas, con un impacto que va más allá de la academia y que incide sobre los destinos de las poblaciones bajo la forma de acciones y políticas concretas. Sus reflexiones se centran particularmente en el caso del apartheid, en Sudáfrica, donde, bajo la insignia de una “cultura diferente”, se segregó a la población negra durante décadas.

El autor expone cómo el origen del concepto cultura remite a la necesidad de explicar la diferencia; la necesidad de reflexionar sobre sí mismo, surgida en un contexto sociopolítico y económico de expansión. Estas son algunas de las cuestiones que es preciso pensar para entender como este concepto se desarrolló.

Es de subrayar que el concepto de cultura accionado por los discursos en eventos festivos de carácter explícitamente “artístico-cultural” apunta para las “artes y ciencias”, remitiendo a su acepción sociológica en la cual “cultura” son los conocimientos de una sociedad acerca del mundo, de su universo, concepto que está ligado a la idea de educación y que supone que la misma es algo que se adquiere después de algún tipo de entrenamiento y no algo inherente a la condición humana, como ha sido sugerido usualmente por la antropología.

MANIFESTACIONES “CULTURALES”

Ribeiro (2000), al hablar de la cultura en un contexto político transnacional, menciona la existencia de mega-rituales globales, que caracteriza como espacios de *communitas*² y dentro de los cuales reconoce por lo menos tres tipos: los shows de rock y sus tournées internacionales; los juegos olímpicos o el campeonato mundial de fútbol; y las conferencias de la ONU. Cada vez más estos eventos procuran crear comunidades de iguales donde los medios de comunicación tienen su propio performance. Son eventos conformados por micro shows que integran un todo mayor: el mega-evento.

En este tipo de espacios, las temáticas celebradas aparecen a veces apenas como significantes de significados profundos y fundadores del grupo que los realiza, allí entran en juego la “identidad” y el ejercicio de la sociabilidad desde perspectivas singulares. Un festival de danza o teatro no celebra simplemente la manifestación que explícitamente lleva en su nombre o título, sino que además incorpora una serie de significados referentes a su papel en la comunidad que lo celebra y acoge. Allí, discursos y alocuciones sobre democracia, inclusión social y participación cobran sentido al ser exaltados y utilizados como justificaciones para la realización de dichos eventos. Tal es el caso del trabajo realizado por Menezes Bastos (1996) sobre el encuentro Raoni-Sting, donde el autor relata la unión entre el jefe indígena Txukahamãe Raoni y el astro de rock Sting, en una *tournee* pro defensa de los derechos de los pueblos indígenas amazónicos. En este trabajo, Menezes Bastos expone como la musicalidad funcionó en el citado evento como significante del ambientalismo. Apesar de la declaración de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) sobre cultura³, es común percibir que muchas veces “arte y cultura” son referidos como sinónimos. “Cultura” como noción, categoría o concepto, es flexible y queda muy bien junto a cualquier fórmula en un contexto político sea este explícito o no.

Hablar de preservación de la cultura, incentivo a la cultura, reconocimiento y apoyo a las manifestaciones culturales, es una alocución recurrente y siempre exitosa en el sentido de ser atendida y apropiada en movimientos reivindicatorios, muchas veces incluso transformándose en discurso del sentido común⁴.

Sea lo que sea lo que es entendido como “cultura”, lo que se dice en diversos espacios de carácter público o privado, como organizaciones, ministerios y fundaciones, es que esta debe ser preservada, conservada, fomentada y, claro, administrada y gerenciada.

Llamo la atención sobre ese hecho, no por considerar que la “cultura” sea un aspecto humano “sublime” y que debería estar fuera del mercado, sino por la cuestión teórica y práctica que motivó este artículo y que tiene que ver con la importancia de la reflexión y el cuestionamiento sobre cómo llamamos las cosas y las implicaciones que tienen los discursos emitidos desde plataformas legitimadas como las políticas o académicas.

De hecho, en la Unión Europea, la llamada “cultura”, representa cerca del 2.6% do PIB, empleando a 2004 más de 5,8 millones de personas⁵. Esto es una muestra de cómo tal “cultura” moviliza la economía y las dinámicas humanas contemporáneas. En ese sentido es fundamental la atención y el cuidado con la promoción de estos espacios, principalmente con los discursos que los sustentan, legitiman y legislan sobre lo que puede ser considerado cultura. Al final ¿qué merece ser apoyado, fomentado y reconocido como cultura, para algún día convertirse en patrimonio?

Torre (2007) llama la atención sobre este asunto y reflexiona sobre su importancia, al referirse a manifestaciones consideradas “populares”, como las realizadas por trabajadores cartoneros y recicladores de

la ciudad de Buenos Aires y cuestionar la patrimonialización (o no patrimonialización) de dichas expresiones, así como las prácticas asociadas a la devoción de íconos de “delincuentes” como el *pibe chorro*.

Siguiendo esa línea de análisis, Uequín (2007) se refiere a la diferenciación o jerarquización de “culturas” y al hecho de que algunas manifestaciones sean llamadas populares. Según la autora, esa práctica parte de la idea de la existencia de un centro desde el cual se emiten criterios y juicios y una periferia que es catalogada en su diversidad. Esto permite vislumbrar la posición de poder ejercida por quienes catalogan sobre los que son catalogados. Sobre este punto cabe preguntarnos siempre: populares, subalternos o excluidos ¿con respecto a quién?

SOBRE EL PATRIMONIO Y LA PATRIMONIALIZACIÓN

La noción de Patrimonio es muy importante para exaltar aquí el papel de los discursos que construyen y fomentan este tipo de eventos y otros espacios relacionados directamente con el quehacer del gestor cultural. Es común que lo patrimonial se encuentre asociado a un cierto carácter estético; simultáneamente, lo estético muchas veces es referido como algo en constante movimiento y construcción (un objeto no estático). Sin embargo, la patrimonialización paradójicamente se opone a la idea de lo estético como algo fluido, pues usualmente es pensado y referido como algo acabado y cristalizado (tangible o intangible), una construcción completa y perfecta que debe ser cuidada, pues es frágil.

Aquí, nuevamente llamo la atención sobre cómo la insistencia constante en ese tipo de preceptos resulta en la naturalización de muchos criterios que constituyen, al final, el cúmulo de ideas sobre las que se diseñan las políticas públicas⁶.

Siguiendo la reflexión propuesta en los ejemplos anotados, pareciera que, cuando se habla de cultura y patrimonio en el ámbito público, estas nociones están relacionadas a la existencia de un bien o una manifestación que tiene algo de esencial, ancestral y de profundo valor en el seno del grupo que lo posee, algo que es fundamental mantener y resguardar tal como es conocido y legitimado, ya que en el caso contrario se corre el riesgo de la desvirtuación y/o desvalorización de los elementos fundacionales de dicho grupo.

Es importante resaltar aquí nuevamente que tanto cultura como patrimonio son categorías revestidas de gran relevancia económica en distintas sociedades. En América Latina, por ejemplo, las ruinas de las antiguas civilizaciones nativas, como la Inca, la Azteca y la Maya, no sólo son presentadas como el legado ancestral de los habitantes originarios, en un intento (casi siempre exitoso) de generar orgullo y sentido de pertenencia en las generaciones presentes. Estos “patrimonios nacionales” también representan un importante porcentaje del PIB de dichos países, donde irónicamente el motivo del lucro, es decir, el legado y la herencia nativa americana benefician principalmente a las elites (no indígenas) dueñas y poseedoras de infraestructura y de empresas que soportan y atienden la demanda turística.

“La marca país “Perú, tierra de inkas” ocupa el primer lugar como destino exótico, según un estudio de Futurebrand. El turismo es la tercera actividad económica de Perú, aporta 5,9% del PIB y emplea a 10,8% de la población”⁷.

De esta forma se hace evidente cómo, tanto en espacios, eventos y manifestaciones de tipo festivo, así como en bienes tangibles de carácter ancestral, hay una relación directa con discursos contruidos alrededor de nociones como patrimonio, cultura, tradición y desarrollo, pues son arenas que disponen favorablemente y auspician ideas e imágenes evocadoras de valores basados en intereses políticos, ya que alientan y exaltan aspectos determinados, omitiendo y negando otros. En ese sentido, Torre (2007) llama la atención sobre el hecho de que:

“Los productos culturales sólo pueden ser entendidos desde las culturas o posicionamientos sociales en los cuales son leídos, interpretados, transformados, vividos, consumidos y resistidos [pues] todas estas relaciones se producen en escenarios, en donde debemos pensar en los actores sociales como productores de sentido... ciertos testimonios culturales del pueblo marginado serán considerados como “patrimonio” siempre y cuando el Poder, en cualquiera de sus formas, lo legitime”.

En ese mismo sentido, Moreno (2007) apunta que los monumentos y museos no son ingenuos y el patrimonio de bronce fue fundamental en la formación de la nacionalidad. Así como los monumentos y museos no son ingenuos, la exaltación de eventos o manifestaciones resaltando trazos particulares de una sociedad tampoco lo es y, de hecho, a la intencionalidad de muchos de estos emprendimientos, así no sea explícita, subyacen intereses de poder y control de diversos sectores de una población.

Por estos motivos, considero que la legitimación ocurre como un acto de domesticación de la diferencia, es decir, se crea un estatus que permite hacer parte siendo “diferente” (por ejemplo “arte popular”), pero que implica asumir un *habitus* acorde con el lugar que se ocupará en la jerarquía de lo “cultural”.

EL GESTOR CULTURAL

En la actualidad, el campo de la Gestión Cultural viene consolidándose como una promisorio área de actuación de numerosos profesionales y trabajadores de las áreas tradicionalmente denominadas artísticas, ahora culturales, así como de profesionales de las ciencias sociales y humanas, administradores, economistas, etc., preocupados con la cultura.

La declaración de la UNESCO sobre cultura, mencionada al inicio de este texto, orienta en la actualidad la formación de gestores culturales, las iniciativas y actividades en el ámbito político-cultural latinoamericano, como Ministerios de Cultura, Fundaciones Culturales, etc.

Uno de los temas y ejes importantes dentro de las discusiones sobre gestión cultural es el impacto de la cultura en la sociedad envolvente y la “economía de la cultura”. Tolila (2007), reflexiona sobre este tema en su libro titulado “Cultura e Economía”, donde trae discusiones que elevan la economía como instancia central de los procesos sociales. Según el autor, existe un triángulo conformado por política, cultura y desarrollo, que carga con una herencia desafortunada a partir de postulados como los expuestos por la Escuela de Frankfurt⁸.

Tolila dice que la cultura es un sector responsable por la producción de riqueza material. En Brasil, por ejemplo, según él afirma, corresponde a cerca del 1% del PIB y ocupa al 0,8% de la población económicamente

activa, más que el sector automovilístico en el país. Los que viven de la cultura o de actividades relacionadas indirectamente con esta reciben remuneraciones por encima de la media nacional, pero según afirma el autor, no hay muchas estadísticas ni indicadores desarrollados que expongan estas informaciones.

Algunos de los datos más interesantes del texto de Tolila son aquellos que ligan el turismo a la cultura y a la economía. Por ejemplo, él relata como en Francia son ampliamente valorizados la cultura y el patrimonio como atracción turística, afirmando así, que el desafío económico de la cultura, estaría en su capacidad de ser transformada en turismo, particularmente en el caso de eventos como festivales.

Según el autor, las manifestaciones y espacios culturales en Francia reciben por año cerca de 300 millones de visitas, de las cuales tres cuartos son de turistas. En el mismo sentido, Tolila presenta estadísticas que muestran cómo las motivaciones culturales están presentes en la escogencia del destino del 51% de los turistas extranjeros en Francia, siendo la motivación exclusiva de 15% de ellos. Los visitantes de lugares y de manifestaciones culturales generan lo que los profesionales del turismo llaman de “valor extra cultural” pues, según el observatorio Nacional de Turismo de Francia, ellos gastan 30% más que el turismo común.

A pesar de los datos atractivos e interesantes del texto de Tolila, en general considero que en su libro falta una reflexión sobre la utilización de las categorías patrimonio o cultura, pues el autor deja de lado el análisis de los valores exaltados y las consecuencias subyacentes a dicha exaltación, por ejemplo, ¿qué queda por fuera de lo considerado turismo cultural? O, ¿cuáles son los significados de esos consumos especializados?

El texto presenta la cultura como panacea de explotación económica, hablando de las actividades culturales como simbólicas y atribuyendo a estas un apelo “a las más importantes capacidades intelectuales y emocionales de los individuos”, mistificando de esta forma el quehacer artístico al tiempo que intenta mostrar las ganancias del tratamiento económico de la cultura, dos hechos que pueden parecer conflictivos si pensamos en la dimensión de sublimación y elitización implicada en la existencia de productores legítimos de esa cultura que merece ser pensada y usufructuada como patrimonio por medio del turismo, por ejemplo.

Licona y Vélez (2007) insisten en el tratamiento económico de la cultura desde una perspectiva administrativa y gerencial; ellos comentan:

“¿Por qué no dar el salto a la administración para hacer una teoría de la empresa cultural a partir de su comprensión y experimentación en y desde las mismas organizaciones culturales?... La cultura genera valor agregado en las sociedades y como dice Yúdice (2002), la cultura en la contemporaneidad es recurso y por ello, objeto de transacción, diríamos nosotros, objeto que se convierte en dinámica económica reconocida que requiere desafíos de administración”.

Personalmente no comparto los argumentos expuestos por los autores citados, pues considero que gran parte de sus ideas pasan por alto elementos fundamentales para la comprensión de los fenómenos sociales. No se puede reducir la cultura, como un todo, al funcionamiento empresarial y a cuestiones operativas gerenciales y administrativas, como, según creo entender, ellos sugieren. Me parece que esa es una medida imprudente, osada y que desconsidera el carácter imprevisible, dinámico y de interacción de lo social.

En este punto creo importante resaltar que mi crítica o discordancia frente a la contradicción presentada tanto en el texto de Tolila como en el trabajo de Licona y Vélez no tiene que ver con una visión *adorniana* o

frankfortiana que considere herejía el lucro de las producciones artístico-culturales, sino que es más bien una discrepancia e incomodidad relacionada con el funcionamiento de los discursos accionados para justificar tales posturas.

Pienso que, por ejemplo, muchas veces estas discusiones sobre desarrollo económico ligado a la cultura se sirven y utilizan los múltiples significados atribuidos a dicha categoría para beneficiar a elites que sacan provecho de la exotización y pauperización de las poblaciones.

Es claro que los datos expuestos por Tolila se refieren a Francia, donde el turismo cultural con seguridad está más ligado al acceso a museos y obras del patrimonio arquitectónico, pero en América Latina es bien sabido que ese tipo de turismo está mayoritariamente ligado a las poblaciones mismas, que se convierten en foco de atracción al ser consideradas y catalogadas como auténticas y tradicionales, consiguiendo muchas veces que se realicen esfuerzos para que sean mantenidas y preservadas en “estado original”⁹. ¿Cuáles son las implicaciones de esto en términos de acceso a bienes y servicios para dichas poblaciones? ¿Qué pasaría si no fueran consideradas suficientemente auténticas por turistas y perdieran el atractivo exótico que genera renta para ellos, pero principalmente para las empresas e instancias que lucran con eso? ¿Será que si tuvieran otra alternativa económica, las poblaciones que realizan actividades de amplia demanda turística, como la artesanía o la exhibición callejera de música y danza, continuarían llevando a cabo tales oficios en la informalidad laboral?

Sin duda alguna, es fundamental no pasar por alto la agencia de las poblaciones y comunidades involucradas en tales procesos, sin embargo, considero importante también llamar la atención para un tratamiento cuidadoso de estas categorías y nociones, pues si bien desde la gestión cultural relatada por Tolila, se habla de la promoción de espacios y eventos en casos exitosos como el francés, no podemos desconocer que el contexto de América Latina es bien diferente y que hablar de lucros en el ámbito cultural, muchas veces puede derivar en explotación, pauperización y mantenimiento de la condición de pobreza de muchas comunidades.

Es importante tomar cuidado con las implicaciones de la utilización de categorías, pues si la cultura es un negocio, la pobreza también lo es, y el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y las ONGs que promueven acciones de inclusión social, desarrollo y lucha contra la pobreza, y que tienen impacto directo sobre las directrices de las políticas públicas, bien saben eso.

Es por este motivo que cuando se habla de acceso a la cultura e inclusión social hay un punto común y es que hay alguna cosa faltando a los otros, una idea muy ligada a la educación como algo que se adquiere y para lo cual es preciso movilizar recursos que garanticen que esta llegue a los “otros”. El mensaje subyacente es que hay algo que ellos no tienen (“¿cultura?”) y cuya carencia es urgente atender.

De esta forma, surgen ideas y discursos sobre cultura como algo que precisa ser llevado a quien no tiene acceso. ¿Qué cultura es esa que debe ser accesible y tocada por la población carente o de bajos recursos? Definitivamente no es una cultura en un sentido antropológico del término, que la describe como algo inherente a la condición humana; esta es una cultura de elite, que presupone entrenamiento y educación y que — como ya mencioné — se aproxima más a la acepción sociológica del término. Esta relación es apropiada y utilizada por la política con mucho éxito, pues no sólo funciona en el plano de la generación de espacios de identificación (patrimonio), sino también en la exhibición de acciones y/o emprendimientos para la población, como el asfalto de las calles o las jornadas de vacunación.

La gestión cultural, como un nuevo campo profesional según es presentado por múltiples textos, habla de

acciones como ampliación de acceso, sustentabilidad de las iniciativas y generación de indicadores de la cultura. La relación entre estas iniciativas y el turismo, como vimos, es fuerte, pero existen otros aspectos que merecen ser explorados como mostraré a continuación.

No quiero traer aquí discusiones puristas e ingenuas sobre qué es “cultura auténtica”. Creo, como mencione inicialmente, que eso simplemente no existe como un hecho desligado. Mi interés en discutir las diferentes acepciones del uso de la categoría cultura en este contexto tiene que ver con elucidar cómo todo lo que puede ser abarcado bajo el gran paraguas conceptual de la cultura adquiere valor como herramienta de poder político.

Mi reflexión, de cualquier forma, no pretende desvalorizar la importancia del aspecto económico de la cultura, ni desvirtuar la importancia de la generación de lucros en las comunidades cuyo sustento depende en gran medida de la explotación y/o exaltación de un trazo, actividad o manifestación específica. Pretendo, sí, cuestionar el uso de las categorías, lo que ellas implican, qué queda por fuera, quién se beneficia etc. Pues si bien no se puede negar la agencia del consumidor de productos culturales, tampoco se puede negar que normalmente estas iniciativas se sirven de discursos naturalizados que explotan la efectividad emotiva de alocuciones que exaltan cuestiones étnicas e identitarias, que terminan siendo altamente lucrativas y benéficas para las elites que detentan el poder y que procuran aprobación y cohesión social.

SOBRE EL PAPEL DEL INTELLECTUAL Y EL VALOR SIMBÓLICO DE LA CULTURA

Para tomar cuenta de las necesidades de los espacios culturales a los que he hecho mención a lo largo del texto, surgen las políticas culturales, pues dichas manifestaciones se constituyen como parte del patrimonio cultural de una sociedad. Esta idea parece estar ligada a la noción de folclore, algo perteneciente al “pueblo” y con un ancla en el pasado, una idea articulada normalmente desde la legitimidad representada por quienes poseen el “conocimiento”. Es así como según Wade (1997, 2002) se piensan y construyen las naciones y es en ese proceso que los intelectuales ejercen poder como idealizadores y constructores de sus cimientos.

Los intelectuales, según Gramsci (1989), a pesar de que aparentemente estén al margen de los asuntos políticos, son los primeros organizadores de la función económica de la clase social a la que están ligados y que los originó. Ellos son portadores de la función hegemónica ejercida por la clase dirigente en la sociedad civil y trabajan en diversos espacios como el sistema escolar, organizaciones culturales o medios como periódicos, cine o televisión, generando en el seno de las clases populares una visión del mundo homogénea y autónoma, donde los valores atribuidos a eventos y objetos son de alguna forma compartidos.

Getino (2007), al referirse al valor simbólico de los consumos en las sociedades actuales, manifiesta:

“Las industrias de la alimentación y del vestido, por ejemplo, explicitan en nuestro tiempo marketing publicitario mediante una poderosa carga de valores simbólicos, a través de los cuales el consumidor opta por una determinada bebida o elemento de vestuario, según el tipo de simbolización o de representación que quiera asumir en el juego de sus relaciones sociales. Pero lo cierto es que cuando hace uso de esos elementos, no busca satisfacer primeramente una demanda cultural, sino que pretende, antes que nada,

calmar la sed, alimentarse o vestirse. El valor simbólico de lo consumido, aparece pues como añadidura, aunque por momentos parezca confundirse con la finalidad principal del consumo”.

En contraposición a la visión de Getino, Bourdieu (2003), de quien aproximo más mi argumento, afirma que el valor simbólico de los elementos de consumo determina las elecciones y el posicionamiento de los individuos en la sociedad. Para Bourdieu la toma de posición estética es también una toma de posición política implicada en la visión de mundo subyacente al *habitus* incorporado, al que se pertenece.

Considero que, en ese sentido, el valor simbólico no es una añadidura, sino lo que determina que en la búsqueda de satisfacción de una necesidad orgánica se escoja una cosa y no otra.

Bourdieu, al hablar del mercado de los bienes simbólicos, expone claramente el funcionamiento de espacios consagrados como artístico-culturales, elucidando el papel de artistas e intelectuales en la dinámica de los intercambios en el ámbito cultural. Según el autor, la vida intelectual y artística europea se constituyó históricamente como un campo cuya pretensión principal fue (y aún es) la de legislar en la esfera llamada cultural, bajo principios unificados que influyen la toma de posiciones e implican diferenciación en diversos niveles de lo social.

De esta forma, surgieron diversidad de públicos y distintas categorías con las que los productores firmaron sus productos. Para Bourdieu los bienes simbólicos son realidades de doble cara, pues a un tiempo son mercancías y significados. En ese sentido los eventos festivos como bienes simbólicos hacen parte de un proceso de construcción de sistemas ideológicos debido a que en su rostro más evidente legitiman la constitución y exhibición de la obra de arte como mercancía.

En ese ámbito, las facciones no intelectuales de la clase dominante tienen en el *expert* y/o crítico una fuente de opiniones que son leídas como interpretaciones inspiradas, siempre que el crítico sea reconocido y se apliquen a sus juicios distinciones culturalmente pertinentes. Para esto el crítico precisa tener competencia en temas y técnicas que estén dotados de algún valor para el medio en que se desarrolla su trabajo; además, dichos temas y técnicas precisan ser susceptibles de reconocimiento por un consenso oficial que legisla sobre ellas. El gestor cultural es un *expert*.

De esta forma se explica la dialéctica de la distinción, imponiendo límites al interior de los cuales se ejerce legítimamente una acción, constituyendo de esta forma la toma de posiciones y la consolidación de su sentido público. Es así como funcionan los espacios gerenciados por gestores culturales que se convierten en voceros, detentores de lo que debe y puede ser hecho en nombre de la cultura. Ellos son los *experts* que seleccionan lo que merece ser presentado, preservado, apoyado y promovido, legislando también sobre quienes pueden participar en determinados espacios.

Bourdieu subraya que el indicador de jerarquía de los valores reconocidos se encuentra en el lucro simbólico (probablemente por eso los órganos oficiales, alcaldías, gobernaciones, etc., promueven y mantienen espacios de este tipo a pesar de ser costosos). De esta forma, el autor formula la desmitificación objetiva y subjetiva de la actividad intelectual y artística, exponiendo cómo las tomas de posición estética son también tomas de posición política, que refuerzan el lugar que cada uno ocupa en el sistema de producción de bienes simbólicos, desembocando muchas veces en la apropiación y aceptación de la cultura legítima.

El lucro simbólico de este tipo de eventos estaría en su papel en la consolidación de un sistema ideológico que garantizaría el funcionamiento de lo social de acuerdo con las expectativas de las clases altas y dirigentes que los usufructúan.

De esta forma, el *habitus*, que Bourdieu define como el principio generador de estrategias inconscientes o parcialmente controladas, que aseguran el amoldamiento a las estructuras que produjeron dicho principio, genera la apropiación e interiorización de un sistema seleccionado de signos, índices y sanciones materializados en los objetos, palabras y conductas atribuibles y esperadas por quien pertenece o participa de tal sistema.

Siguiendo las proposiciones de Bourdieu, considero que en ese sentido hay una domesticación de la trasgresión representada en discursos como el de la inclusión social, cuyas acciones derivadas hacen que estas manifestaciones y personas que antes estuvieron fuera de la estética legítima sean incorporadas y aceptadas bajo la condición de asumir e interiorizar un sistema de signos, índices y sanciones específico. De esta forma se apropia una toma de posición estética y también la política implicada en ella, para así obtener el “reconocimiento” y “enaltecimiento” de su “arte” o “cultura” en eventos o palcos consagrados.

Según Bourdieu, el acceso a determinados universos culturales está determinado por la condición educativa, lo que a su vez es reflejado en los discursos de este tipo de eventos, que hablan de cultura como algo que precisa ser llevado a los otros, algo que se adquiere con entrenamiento. En este tipo de eventos festivos es preciso tener cierta disposición y competencia estética, garantía de aptitud para “disfrutar” de los espectáculos y otras actividades promovidas por los mismos, es decir, es necesario asumir una posición estética. Las pretensiones del arte producido desde palcos de ese tipo, que implican la competencia estética y la refuerzan, están ligadas, según el autor, a ideas de poder inspiradas en ambiciones pequeño-burguesas.

REFLEXIONES FINALES

Mi insistencia a lo largo del texto se hace presente una vez más. Considero fundamental la reflexión constante y concienzuda sobre el quehacer del gestor cultural, pues su oficio y la materia de su trabajo tienen serias repercusiones en la vida diaria de las poblaciones o comunidades implicadas en su gestión.

Las políticas culturales, en la transición hacia el reconocimiento de otras manifestaciones como espacios susceptibles de gestión, emprendimiento y promoción, amplían el espectro de posibilidades de lo que se entiende por cultura. Sin embargo, considero que las excesivas distinciones y consideraciones sobre manifestaciones festivas pensadas como más “populares”, parten del presupuesto de la necesidad de reconocimiento externo, como si no hubiera una capacidad interna de gestión, lo que a mi parecer tiene una carga paternalista y refuerza ideologías excluyentes, basadas en la idea de superioridad de una tradición o cultura sobre otra.

No es posible cerrar los ojos a realidades y hechos que se exponen de manera tan evidente en los últimos años. La cultura, sea lo sea que esté siendo entendido, asumido o legitimado como tal, ya es un negocio, muy lucrativo por cierto, como indican algunas de las cifras citadas a lo largo del texto. En este medio, la gestión cultural aparece como un campo oportuno (¿oportunista?) para dar respuesta a las nuevas necesidades y desafíos que enfrentan nuestras sociedades. Negarlo sería ingenuo. Asumirlo sin juicio y reflexión sería imprudente.

NOTAS

- 1 Este texto fue originalmente escrito como trabajo final del curso virtual “Gestión Cultural y Comunicación”, cursado en la FLACSO, Argentina, entre 2007 y 2008.
- 2 Siguiendo al autor y de acuerdo con Turner, la noción debe ser entendida como instancia igualitaria en oposición a la estructura revestida de un carácter de orden y jerarquía.
- 3 “En su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. *Declaración de México sobre Políticas Culturales. Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, agosto 1982, UNESCO.*
- 4 Algo similar ocurre con la noción de “desarrollo sustentable”, pero no pretendo profundizar sobre esa cuestión aquí.
- 5 En: http://ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html. Visitado: agosto de 2007.
- 6 Por ejemplo, Flores (1997), en su libro sobre el *Oktoberfest*, evento que ocurre en la ciudad de Blumenau, Santa Catarina (Brasil), relata cómo los gobernantes y administradores del municipio rechazaron una *escola de samba* ofrecida por el SESI (*Serviço Social da Indústria*), por considerar que eso podría perjudicar la imagen germánica del municipio, con la cual ellos lucran de forma significativa durante la realización del citado evento, así como a lo largo del año.
- 7 En: <http://capacitacionencostos.blogia.com/2006/120805-la-receta-de-peru-para-construir-una-marca-pais-exitosa.php>. Visitado: agosto de 2007.
- 8 La Escuela de Frankfurt, encabezada entre otros por Max Horkheimer y Theodor Adorno, sobre esa relación específica entre cultura y economía, implantó la noción de Industria Cultural para referirse a las creaciones artístico-culturales producidas de manera técnico-mecánica y con afán por obtener lucro, además de estar ligadas a un interés de alienación de masas, según manifestaban sus teóricos. Esta idea ha sido criticada por algunos autores como Jesús Martín Barbero (1987), por considerar que desconoce el papel activo o la agencia del consumidor, ignorando la resistencia y percepción que este tiene delante de aquello a lo que accede.
- 9 Tales poblaciones son foco de atracción de etno-turismo, por ejemplo. Esto aparentemente no representaría riesgo para las poblaciones involucradas. Sin embargo de manera simultánea, el turismo sexual (incluyendo el infantil), ha aparecido en los últimos años como una preocupación creciente en países Asiáticos y de América Latina.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOURDIEU, Pierre. 2003. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Editora perspectiva.
- GETINO, Octavio. 2007. *La dimensión económica de la cultura y las industrias culturales: desafíos de las políticas y la gestión cultural*. Clase 17, Curso Virtual Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO.
- GRAMSCI, Antonio. 1989. *Os intelectuais e a organização da cultura*. 7a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- KUPER, Adam. 2002. *Cultura, a visão dos Antropólogos*. São Paulo: EdUSC.
- LARRAÍN, América. 2008. *O "Negocio" da Arte e da Cultura. Para uma Antropologia do Festival de Dança de Joinville*. Dissertação de mestrado. Florianópolis: UFSC.
- LICONA, Winston y Rodrigo Vélez. 2007. *Política y gestión de la empresa cultural*. Clase 13, Curso Virtual Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO.
- MARTÍN Barbero, Jesús. 1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gilli.. http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero2.pdf
- MENDOZA, Zoila S. 2000. *Shaping Society Through Dance: Mestizo Ritual Performance in the Peruvian Andes*. Chicago: Chicago University Press.
- MENEZES BASTOS, Rafael José. 1996. *Musicalidade e Ambientalismo: Ensaio sobre o Encontro Raoni-Sting*. Série Antropologia em Primeira Mão, 14, Florianópolis, PPGAS/UFSC.
- MORENO, Carlos. 2007. *Reflexiones sobre la memoria y sus referentes*. Clase 15 Curso Virtual Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO.
- FLORES, Maria Bernardete. 1997. *Oktoberfest; Turismo, Festa e Cultura na Estação do Chopp*. Coleção Teses. Editora Obra Jurídica.
- RIBEIRO, Gustavo L. 2000. "A Condição da Transnacionalidade". In *Cultura e Política no Mundo Contemporâneo*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília.
- STOELTJE, Beverly. 1992. "Festival". In R. Bauman (ed.) *Folklore, cultural performances and popular entertainments*. New York: Oxford University Press.
- TOLILA, Paul. 2007. *Cultura e Economia*. São Paulo: Itaú Cultural.
- TORRE, Alfredo. 2007. *Gestión del Patrimonio Intangible*. Clase 14, Curso Virtual Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO.
- UEQUÍN, Graciela. 2007. *Aproximaciones al concepto de cultura y cultura popular*. Clase 1, Curso Virtual Gestión Cultural y Comunicación, FLACSO.
- UNESCO, 1982. *Declaración de México sobre Políticas Culturales*. Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, México.

WADE, Peter. 1997. "Entre la homogeneidad e la diversidad: la identidad nacional y la música costeña en Colombia". In M. A. Uribe & E Restrepo (orgs.) *Antropología en la modernidad: identidades, etnicidades y movimientos sociales em Colombia*. Bogotá: ICANH.

_____. 2002. *Música, Raza y Nación: Música Tropical en Colombia*. Bogotá: Vicepresidencia de la República de Colombia.

Reflexiones sobre la Gestión del Arte y la Cultura

RESUMEN

Este texto busca reflexionar sobre el papel del gestor cultural en el marco del reconocimiento y exaltación de prácticas provenientes de diversos orígenes. Pretendo aquí problematizar el uso de categorías como arte y cultura, esbozando algunas de sus implicaciones, desde una perspectiva antropológica.

Palabras clave: gestión cultural; arte; política; patrimonio.

Reflexões sobre a Gestão da Arte e da Cultura

RESUMO

Este texto procura refletir sobre o papel do gestor cultural no marco do reconhecimento e exaltação de práticas provenientes de diversas origens. Pretendo aqui problematizar o uso de categorias como arte e cultura, esboçando algumas de suas implicações, desde uma perspectiva antropológica.

Palavras-chave: gestão cultural; arte; política; patrimônio.

Thoughts on the Management of Art and Culture

ABSTRACT

This paper is a reflection about the role of the cultural manager in the recognition and exaltation of practices with diversified origins. It proposes a re-evaluation of the use of categories as art and culture, outlining, from an anthropological perspective, some of their implications.

Keywords: cultural management; arts; politics; heritage.

Recebido em 26/03/2009

Aprovado em 23/09/2009