

**UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN COMO ALTERNATIVA DE FORTALECIMIENTO DE
LOS PROCESOS DE GESTIÓN CULTURAL EN LA PROVINCIA DE
PICHINCHA DEL AÑO 2000 AL 2010**

AUTORAS:

**AGUAGALLO CHAGÑAY YADIRA LEONOR
BEJARANO PÓLIT ELSA PIEDAD**

DIRECTOR:

PATRICIO GUERRA

Quito, Septiembre 2011

DEDICATORIA

A mis padres Abelardo Aguagallo y Leonor Chagñay, cuyo amor, esfuerzo, dedicación y constancia es la fuerza que me inspira cada día y me ayuda a ser mejor.

Yadira Aguagallo

Este trabajo va dedicado a cuatro personas que han sido muy importantes en mi vida y desde luego en la elaboración de tan importante trabajo, a mi Papito que desde chiquita me apoyó y guió en el estudio, me acompañó en las largas horas de estudio y atendió los llamados de desesperación desde el cielo o donde quiera que se encuentre, me ha guiado estos años y estoy segura que debe estar muy orgulloso de este trabajo, a mi abuelita que siempre ha sido inspiración de todo lo que he hecho en la vida y me ha heredado la paciencia, humildad y pasión que necesita la carrera que escogí, a mi abuelito quien me dió el impulso y apoyo para entrar en la universidad y quien me acompañó el primer año antes de partir y desde el cielo junto a mis dos angelitos me cuida y acompaña.

Y a mi mamita Grace quien ha sido ese angelito de tierra, ha estado durante cada momento de mi carrera a mi lado, ha hecho sacrificios excepcionales para que logre terminar y me ha apoyado y ni un momento ha dudado de mis logros y capacidades, gracias mamita por materializar lo que mis otros tres angelitos han deseado, por eso a ustedes angelitos les dedico este trabajo resultado de tantas horas de risas, llantos, experiencia y sobre todo vida...

Elsa Bejarano

AGRADECIMIENTOS

Nuestro especial agradecimiento a Patricio Guerra, por ayudarnos a sacar adelante nuestra tesis. A Rubén Bravo, por el apoyo y confianza que siempre puso en esta investigación.

A Beatriz Jarrín, Juan Carlos Agami, Jimmy Herrera y la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, por abrimos sus puertas y confiar en nosotras para la ejecución de uno de sus proyectos.

Raúl Naranjo y la Dirección de Cultura y Educación del Gobierno de la Provincia de Pichincha. Fabián Iza, la Junta Parroquial de La Merced y el Integrador del Valle. Vinicio Quilo y la Junta Parroquial de Olmedo y el Centro Cultural Tránsito Amaguaña. José Méndez y a los integrantes del Colectivo Anta Kara. Ema Capelo y la Dirección de Educación y Cultura del Municipio de Cayambe. Verónica Gallardo, Viviana Navarrete, Frank Gualsaquí y el Municipio de Pedro Moncayo. Paúl Momposita y el Colectivo Hip-Hop Lado Sur. Henry Pasquel, Mauricio Alvarado y el Centro de Desarrollo Juvenil La Hueca. Por su colaboración y aportes que enriquecieron esta investigación.

A nuestros padres por su apoyo único, por tener fe en nosotras y en nuestro trabajo.

A Belén Bejarano por su cariño y fuerza a la distancia. A Isabel Ricaurte, por sus constantes demostraciones de confianza. Y al Nico y la Cami por esas sonrisas que cambiaban cualquier mal día.

A Fanny y Paúl Aguagallo y Fernando Pazmiño por toda su ayuda, comprensión y ánimos para lograr la culminación de este trabajo. Al bebito Josué por ser la más tierna compañía.

A Juan (terequito) por su confianza, apoyo, paciencia y amor. Por ser un ejemplo de dedicación y constancia.

Daniel Velasco (bebé), por el apoyo incondicional, por soportar largos días de distancia, por todo su cariño y amor. Por ayudarlo a Yadira a recuperar la fe en sí misma.

A Juan Carlos Jarrín que de tanto insistir en aparecer en esta sección finalmente lo logró, a cambio de subirnos el ánimo y ser incondicional. Lizbeth Jaramillo (monita) por sus visitas nocturnas que ayudaron a soportar las largas noches cuando el sueño nos vencía y hacer el trabajo más llevadero. Roberto Morán (morta) por sus sabios consejos. Sofía Egüez (la nena) por el apoyo incondicional a la nenita. Nathaly y Xavier Bejarano por sus deseos a pesar de la distancia. A Lenin Miranda (la criaturita pelachifle) por el cachuelito en el HOY, por las risas, las ocurrencias y apoyo a la criaturita Elsita. A Benito Bonilla por los sueños trazados desde los inicios de la carrera. A Fabián Iza (Fabi) por entregarnos su proyecto El Integrador del Valle y darnos la posibilidad de llevar a la práctica todo lo aprendido, por ser el motivador y la confirmación que un mundo nuevo de la comunicación es posible. A Bachita Jarrín por permitirle a Elsita la oportunidad de crecer profesional y personalmente, y por la convicción que demuestra en su trabajo la que es a su vez inspiradora.

A nuestros compañeros y profesores de Carrera, por su amistad, por lo aprendido y desaprendido, las experiencias cotidianas, las conversaciones en los pasillos, la cafetería y por los espacios compartidos durante estos años

A Don Fabi, El Cocalero, el Sibarí y el El Corner por ser el lugar de encuentro donde se dieron tantas historias.

Pero por sobre todas las cosas nos agradecemos la una a la otra por el apoyo incondicional, la motivación, paciencia y entrega para lograr esta tesis. Por todos los días en que fuimos compañeras de curso, por todas las risas que siempre fueron más que las lágrimas.

CAPÍTULO I: LÍNEAS TEÓRICAS DE LA COMUNICACIÓN CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL

1.1 LA COMUNICACIÓN.....	12
1.1.1 Paradigmas de la Comunicación	13
1.1.1.2 Funcionalismo o Empirismo:	14
1.1.1.3 El Estructuralismo:.....	14
1.1.1.4 Teoría Crítica:	15
1.1.1.5 Situación Latinoamericana:.....	16
1.1.2 Conceptualización de la comunicación.....	20
1.2 HACIA UNA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CULTURA	23
1.2.1 Los inicios del término.....	23
1.2.3 Lo inculto y la cultura de élite.....	24
1.2.4 La visión positivista de la cultura	25
1.2.5 La Cultura es inherente al ser humano.....	27
1.2.6 La cultura como intercambio simbólico.....	28
1.2.7 El estudio de la cultura desde América Latina.....	29
1.2.8 La relación entre cultura e identidad.....	31
1.2.9 La cultura en el Ecuador	33
1.3 COMUNICACIÓN Y CULTURA: UNA RELACIÓN INDIVISIBLE	34
1.4 LA GESTIÓN CULTURAL	36
1.4.1 La Gestión	37
1.4.2 La gestión vinculada a la cultura.....	40
1.4.3 Dimensiones de la Gestión Cultural.....	43
1.4.4 Recorrido Histórico de la Gestión Cultural en América Latina.....	44
1.5 EL GESTOR CULTURAL	46
1.5.1 Las Competencias del Gestor Cultural.....	48
1.6 LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CULTURAL COMUNITARIA	51
1.7 POLÍTICAS CULTURALES	53
1.7.1 Definiciones de política cultural	54
1.7.2 ¿Cómo se construye una política cultural?.....	58
1.7.3 Las Políticas Culturales en el Ecuador.....	60

CAPÍTULO II: PANORAMA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA DEL AÑO 2000 AL 2010

2.1 MARCO LEGAL DE CULTURA Y COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR .62

2.2 CONTEXTO GENERAL DE CULTURA Y COMUNICACIÓN EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.....70

2.3 LAS INSTITUCIONES DE CULTURA DE LA PROVINCIA.....72

2.3.1 Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura.....	72
2.3.1.1 Objetivo General:.....	73
2.3.1.2 Organización	73
2.3.1.3 Modo de trabajo	73
2.3.1.4 Actores e instituciones involucradas.....	74
2.3.1.5 Gestión Cultural	74
2.3.1.6 La Comunicación en la Institución	76
2.3.2 Dirección de Educación, Cultura y Deportes Municipio de Cayambe	76
2.3.3 Dirección de Comunicación y Cultura Municipio de Pedro Moncayo	78
2.3.3.1 La gestión cultural y la comunicación en el gobierno local de Pedro Moncayo.....	78
2.3.4 Casa de la Cultura Ecuatoriana	80
2.3.4.1 La visión de cultura de la CCE	81
2.3.4.2 La gestión cultural.....	81
2.3.4.3 La comunicación.....	83
2.3.5 Secretaría de Cultura del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.....	84
2.3.5.1 La Cultura	86
2.3.5.2 La Gestión Cultural	87
2.3.5.3 La comunicación.....	87
2.3.6 Dirección de Educación y Cultura Gobierno de la Provincia de Pichincha.....	88
2.3.6.1 Gestión Cultural.....	89
2.3.6.2 La Institución y la Ciudadanía.	89
2.3.6.3 La comunicación desde el Gobierno provincial.....	92

2.4 LA EXPERIENCIA DEL 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”.92

2.4.1 Centro Cultural Anta Kara	94
2.4.1.2 Historia y descripción del colectivo.....	94
2.4.1.3 Las relaciones con la comunidad	95
2.4.1.4 Las relaciones con las instituciones de cultura: Geográficamente cerca, dialógicamente lejos.....	96
2.4.1.5 La visión del proyecto desde el colectivo	98
2.4.2 Centro de Desarrollo Cultural Juvenil “La Hueca”.....	98

2.4.2.1 Historia y descripción del colectivo.....	98
2.4.2.2 Las relaciones con la comunidad	100
2.4.2.3 La Hueca y la institución.....	101
2.4.2.4 Los resultados del proyecto.....	101
2.4.3 Centro Intercultural Tránsito Amaguaña	102
2.4.3.1 Ubicación y Comunidad:.....	102
2.4.3.2 Historia	103
2.4.3.3 Actividades que realizan	103
2.4.3.4 Comunicación	105
2.4.3.5 Cultura.....	106
2.4.3.6 Experiencia del proyecto.....	107
2.4.4 Integrador del Valle - Junta Parroquial La Merced.....	107
2.4.4.1 Junta Parroquial La Merced	108
2.4.4.2 La Comunicación en la Parroquia	110
2.4.4.3 Relación con la institución	110
2.4.5 Colectivo Hip-Hop Lado Sur	111
2.4.5.1 Historia:.....	111
2.4.5.2 La relación con la Institución.....	112
2.4.5.3 La cultura desde el hip-hop.....	113
2.4.5.4 Experiencia del proyecto.....	113
2.4.5.5 Gestor cultural.....	113
2.4.5.5 Comunicación	114
2.4.6 El componente comunicativo dentro del proyecto.....	116
2.4.6.1 Los micromedios como estrategias de fortalecimiento en la gestión de la cultura.....	117
2.4.7 Las formas de entender la comunicación, la gestión y la cultura en los colectivos involucrados en el proyecto	120
2.5 PRINCIPALES HALLAZGOS EN CULTURA Y COMUNICACIÓN EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.....	121
2.5.1 La comunicación en la gestión de la cultura desde la difusión.....	123
2.5.1.1 La gestión debe trascender los llenos.....	126
2.5.2 La comunicación desde la participación local ¿nueva tendencia, nuevo fracaso?	129

CAPÍTULO III: HACIA UNA NUEVA METODOLOGÍA DE TRABAJO DE LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN CULTURAL: El comunicador como agente cultural

3.1 LA NECESIDAD DE UNA NUEVA METODOLOGÍA DE COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN CULTURAL	134
---	------------

3.2 PROPUESTA: EL COMUNICADOR SOCIAL COMO AGENTE CULTURAL Y LAS REDES DE COOPERACIÓN.....	138
3.2.1 El perfil del gestor cultural y sus competencias.....	140
3.2.2 Hacia las redefiniciones de conceptos claves (comunicación, cultura y gestión)	143
3.2.3 La necesidad de una estrategia de comunicación en el ámbito cultural:.....	147
3.2.4 La cooperación entre gestores hacia una construcción de redes	152
3.2.5 Lo fundamental es planificar la comunicación	157

INTRODUCCIÓN

La tesis que a continuación se presenta, se origina a partir de la inquietud de crear una propuesta metodológica para trabajar la gestión cultural desde la comunicación, que permitiera contribuir al desarrollo de nuestro país, entregando un aporte que fuera más allá de lo teórico y que pudiera tener una contribución en la práctica.

Existen en la actualidad un sin número de instituciones del sector público y la sociedad civil cuyo eje de trabajo se inclina hacia la gestión de la cultura. Sin embargo, muy pocas sobrepasan la concepción de la cultura como sinónimo de la producción de las artes: y de la gestión cómo la forma de administrar bienes culturales (museos, teatros, bibliotecas, etc.), o festivales; se trata de una gestión de productos más que de procesos.

Más aún, el componente comunicativo dentro de estas formas de gestión, apuntan a herramientas de difusión de proyectos y sus resultados más que a la creación de estrategias comunicativas que sirvan de puente entre instituciones, gestores o promotores culturales y comunidad.

Asimismo, podemos afirmar que la edición de trabajos y reflexiones en el campo de la gestión cultural, y la recopilación de datos (cuantitativos y cualitativos) que permitan estudiar con cierta profundidad diferentes aspectos del sector no disponen de una suficiente consideración de acuerdo con lo que representa el sector en la actualidad, lo cual ha desembocado en una insuficiencia teórica y metodológica del rol que cumple la comunicación dentro de la gestión cultural.

Además, los últimos 10 años han sido claves en el paradigma del encuentro entre comunicación y gestión cultural, puesto que los intentos de varias universidades e instituciones por formular planteamientos que involucren a ambos campos se han intensificado en este tiempo. De la misma forma la creación de un Ministerio cuya tarea fundamental sea el trabajo de fortalecimiento de la cultura en el país, ha propendido a una nueva forma de entender la cultura.

Entre los meses de septiembre y diciembre del 2009 las proponentes de este plan de tesis en conjunto con la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, 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 e impactos. Esta experiencia permitió un acercamiento a la realidad de la gestión cultural desde los colectivos y la institución , permitiendo realizar un trabajo que recorra la teoría y práctica, evidenciando la necesidad de trabajar la gestión cultural con una mirada más profunda y con un fuerte componente comunicativo, abriendo 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.

Al ser este un trabajo que pretende adentrarse en la compleja trama de la gestión cultural y la incidencia de la comunicación en este proceso ha sido preciso trabajar tres capítulos, entre teoría y experiencia, los mismos que han sido desarrollados de la siguiente manera:

En el primer capítulo se aborda la teoría empleada para el desarrollo de este trabajo, empieza con una conceptualización de la comunicación y los paradigmas más sobresalientes a lo largo de la historia, al mismo tiempo se abordan las diferentes concepciones de cultura y la relación indisoluble entre comunicación y cultura. Para finalizar se trabaja la gestión cultural desde su concepto y el perfil del gestor vinculada a la participación ciudadana con el fin de incidir en la creación de políticas culturales.

El segundo capítulo está dividido en dos partes, como inicio, presenta una investigación del trabajo de comunicación y cultura en la provincia de Pichincha desde el análisis de las instituciones relacionadas al tema cultural, Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, Dirección de Educación y Cultura del Consejo Provincial de Pichincha, Secretaría de Cultura del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito,

Dirección de Educación, Cultura y Deportes Municipio de Cayambe y la Dirección de Comunicación y Cultura Municipio de Pedro Moncayo.

La segunda parte se trabaja en función de la experiencia de trabajo en 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 se analiza el componente comunicativo en el proyecto y las distintas formas de entender la comunicación, cultura y gestión cultural desde entrevistas y conversatorios con los colectivos participantes (Centro cultural ANTAKARA, Junta Parroquial La Merced, Centro Cultural Tránsito Amaguaña y Centro de Desarrollo Juvenil La Hueca)

Para finalizar llevando la teoría a la práctica se presenta la propuesta metodológica: El comunicador como agente cultural, donde se propone trabajar la gestión cultural desde la comunicación vista como única posibilidad de diálogo entre la institución y los gestores culturales locales, superando así las concepciones antiguas tanto de cultura, comunicación y gestión cultural, convirtiendo al gestor cultural en un verdadero agente de cambio que trabaje conjuntamente con la institución y sus facilitadores en función de necesidades reales y sentidas de determinado sector.

CAPÍTULO I:

LÍNEAS TEÓRICAS DE LA COMUNICACIÓN, CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL

1.1 LA COMUNICACIÓN

Definir a la comunicación no ha resultado por mucho tiempo y hasta la actualidad una tarea fácil, puesto que aprehender y esquematizar un fenómeno de las magnitudes del comunicativo requiere de un esfuerzo que conlleva al examen, análisis y reflexión; y, evidentemente lo anterior no admite respuestas simples.¹

Una primera aproximación a la definición de comunicación debe remitirse necesariamente a su componente histórico, ya que; solo allí residen las bases de la comprensión de lo que ella significa. Por tanto veremos que la comunicación humana surge ante la necesidad de la especie humana de actuar colectivamente y de esta manera asegurar su supervivencia, lo cual permitió que actividades como el trabajo, la cacería, la agricultura, la construcción de instrumentos de producción sean posibles. De este modo podemos observar que el fin de la comunicación es buscar formas de entendimiento que permiten al ser humano vivir en sociedad, es decir convertirse en un ser gregario.

Pero, antes del proceso de colectivización la comunicación siguió un proceso que la llevó a la construcción de lenguajes que se convirtieron en herramientas de comprensión. La realidad para ser dicha necesitaba de representaciones y es allí donde nació el signo por medio de un proceso de abstracción donde la realidad o los objetos concretos poco a poco creaban imágenes en el cerebro humano y terminaban por ser abstractos, es decir su tangibilidad ya no era necesaria porque el objeto era reemplazado por su imagen. Lo que a su vez produjo la creación de significantes es decir palabras para designar a los objetos; y significados que provienen de las subjetividades de cada ser humano que le agregan una carga simbólica a la representación de la realidad, de ahí el nacimiento del símbolo, que luego se convertiría en el vehículo de interacción entre sujetos.

¹ OGAZ, Leonardo. “La Comunicación: una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno”. UPS. Quito. 2002.

1.1.1 Paradigmas de la Comunicación

El concepto paradigma procede del griego paradigma que significa “ejemplo” o “modelo”. En principio se aplicaba a la gramática (para definir su uso en un cierto contexto) y a la retórica (para referirse a la parábola o fábula). A partir de la década del 60 comenzó a utilizarse para definir a un modelo o patrón en cualquier disciplina científica o contexto epistemológico.²

El filósofo y científico estadounidense Thomas Kuhn fue el encargado de actualizar el término y darle el significado contemporáneo al adaptarlo para referirse al conjunto de prácticas que definen una disciplina científica durante un período específico de tiempo.

Karl Popper propone que las teorías mueren cuando se descubre una nueva teoría que falsifica a la anterior, ese sería el motor de progreso científico. Mientras que, para Platón son las ideas o tipos ejemplares de cada cosa; según él, las cosas concretas que percibimos con nuestros sentidos y aún con nuestro entendimiento, mientras con el ejercicio no nos purificamos de lo sensible, son imitaciones, representaciones de otras realidades formales, separadas de toda materia y subsistentes en sí.

Cuando un paradigma ya no puede satisfacer las necesidades de una ciencia, por ejemplo ante nuevos descubrimientos que invalidan conocimientos previos, es sucedido por otro. Se dice que un cambio de paradigma es algo dramático para la ciencia ya que estas aparecen como estables y maduras.

En las ciencias sociales, el paradigma se encuentra relacionado al concepto de cosmovisión. El término se utiliza para describir el conjunto de experiencias, creencias y valores que inciden en la forma en que un sujeto percibe la realidad y en su forma de respuesta. Esto quiere decir que un paradigma es también la manera en la que es entendido el mundo en determinado momento.

² www.bibliotecapleyades.net/paradigma

Desde esta perspectiva, a lo largo de la historia ha habido tres corrientes importantes para el estudio de la comunicación y estas han sido: Funcionalismo, estructuralismo y la Teoría Crítica.

1.1.1.2 Funcionalismo o Empirismo:

Esta escuela se desarrolla en Norteamérica a partir de 1920 hasta 1959, tiene sus bases en la sociología, la tendencia que prevalecía era darle a la comunicación funciones para entender la sociedad, su principal representante Harold Laswell afirma que para entender la comunicación es necesario analizarla desde la fórmula: Quien dice Qué en que Canal a Quién y con que Efectos, fórmula que centra su atención en su efecto del mensaje en el receptor. Laswell centró sus investigaciones fundamentalmente en el contenido cuantitativo de los mensajes y en los efectos sobre el receptor.³

Entonces el enfoque comunicacional estaba dirigido a las masas y sobre todo a como sostener su atención, al mismo tiempo Laswell dotó de funciones específicas a los medios de comunicación en la sociedad:

- a) La vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de los valores de comunidad o de las partes que la componen
- b) La puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno
- c) La herencia de la transmisión social⁴.

Estas funciones permitían la sostenibilidad del sistema y su adaptación debido a que la sociedad quedaba totalmente enajenada de cualquier participación política.

1.1.1.3 El Estructuralismo:

Se inició en España a inicios de los años 60. Esta escuela centra su preocupación en el significado y evidencia la necesidad de estudiar la comunicación como una actividad multidisciplinaria debido a que se vincula la antropología, semiótica, lingüística.

³ PINEDA, Migdalia: "Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI". EDILUZ. Maracaibo 2004. Pág. 6

⁴ MATTELART, Armand y Michele. "Historia de las Teorías de la Comunicación". Editorial PAIDOS. Buenos Aires 1997. Pág. 31

La tesis de esta Escuela sostiene que en la sociedad existen hechos y situaciones que se relacionan a manera de estructuras. Los individuos cumplen una función al interior de sus instituciones ya su vez las instituciones cumplen un función en la macro estructura, en el sistema de organización y representación de la sociedad representado por el Estado. Entonces todo hecho social es explicado desde la estructura, la realidad social es una estructura social.

Ahora bien en el campo comunicativo centra su atención en lingüística como sistema de signos y la antropología desde su estudio del hombre y la cultura.

En el estructuralismo se utiliza modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto. Las unidades interrelacionadas no se consideran como un conjunto de órganos, sino como formas significantes.⁵

Esta visión permite que se analice el sistema de significación para la producción y consumo de mensajes en una determinada cultura. Sin embargo el enfoque no centraba atención en todos los campos donde interviene la comunicación, dejó de lado la historia, hechos sociales y sobre todo la subjetividad.

1.1.1.4 Teoría Crítica:

En términos generales, caracteriza a la Teoría crítica el rechazo por la justificación de la realidad sociohistórica presente por considerarla injusta y opresora (“irracional”), postulando en su lugar, la búsqueda de una nueva realidad más racional y humana.

Desde una perspectiva platónica, la teoría tradicional puede concebirse como: Pura contemplación (separada de toda praxis) y que opera por derivación a partir de principios generales y últimos. Estas formas fueron rechazadas por la Frankfurt, e incluso rechazaron también a Hegel respecto a su identificación del sujeto-objeto, racional-real, concepto-realidad (teoría de la identidad). En parte aceptaban cierto irracionalismo en la historia, pero no al punto de Kierkegaard, o de Nietzsche o Bergson: en síntesis, nunca se alejaron de los procedimientos racionales de acceso a la realidad.

⁵ PAOLI, Antonio. “Comunicación e Información perspectivas teóricas”. Editorial Trillas. México. Pág. 36

La racionalidad crítica, se eleva pues, en un punto intermedio entre el idealismo de la razón hegeliano y el irracionalismo. Se trata de una teoría que aspira a denunciar la irracionalidad en la historia y en la sociedad.

La Escuela de Frankfurt orienta sus estudios con una crítica a la mirada cultural y comunicativa. Evidencia la necesidad de relacionar estos dos campos (cultura y comunicación) y rompe los esquemas antiguos donde se veían como hechos aislados. La Escuela de Frankfurt afirma que la gente (y la clase) se subordina a la determinación de las imágenes y a los planteos habituales del sistema dominante. En sintonía con la teoría de la sociedad de masas. Marcuse uno de sus representantes afirma que la sociedad es unidimensional y que su creación se debe a la industria cultural.

Entonces los medios de comunicación se convierten en un mecanismo que pretende contener el cambio que se vincula al modelo hegemónico. Los medios permiten que el ballet o la música denominada “cultura” llegue a la gente a través de formatos masivos: reproducciones, folletines, envases con la cara de la Gioconda. Los funcionalistas veían bien la “función difusora” de los medios, mientras que los pensadores de la escuela de Frankfurt creen que, una vez fuera de su ámbito original, las obras pierden su valor. La cultura popular produce para expresarse, compartir, la cultura masiva produce para vender. La popular es construida, la masiva es impuesta.⁶

1.1.1.5 Situación Latinoamericana:

Durante los años setenta, en Latinoamérica se viven cambios sociales, políticos y económicos, por esta razón existe un fuerte cuestionamiento a los modelos clásicos de comunicación.

En la época de la Dependencia, el poder hegemónico se reprodujo en todos los campos y desde luego en el comunicativo, donde los medios fueron utilizados para sostener ideas y reproducirlas. A raíz de esto, se importaron bienes culturales de EEUU y Europa. En América Latina, las emisoras de TV se convirtieron en repetidoras de las grandes

⁶ CICALSESE, Graciela. “Teorías de la Comunicación”. www.razonypalabra.org

cadena (Ej: ABC, CBS, NBC). Esto reforzaba el poder dominante por parte de los países “desarrollados”.

Como respuesta a toda esta hegemonía cultural se empieza a trabajar la Educomunicación y la comunicación alternativa, que permitía a los receptores discernir los mensajes y dejar de lado la condición de “masas”. Se pretende un receptor activo. Pero la capacidad crítica no es espontánea, sino que es fruto de una formación. La constante interrogante sobre los mensajes que se recibe y cual es su trasfondo, mediante esta formación se construye una actitud crítica. Cuando se habla de actitud crítica no hay que confundir con la teoría crítica, que postula el cambio global como salida de los problemas con los medios. En este caso se trata de estar alerta, para no estar alienados, hay que tener una actitud de sospecha. Hay que cuestionar a los medios.⁷

Uno de los grandes pensadores de esta corriente es Luis Ramiro Beltrán, quien en sus aportes denuncia que aquel modelo no corresponde con la realidad de Latinoamérica, y por lo tanto hizo obvia la necesidad del esfuerzo desde estas latitudes de conceptualizar lo que comprende la comunicación, siempre desde una base de diálogo e interacción. Para ello Beltrán trabaja en un eje de suma importancia a la hora de cumplir esta tarea de reconceptualización, pues propone el trabajo de cada país de la región para la construcción de las políticas de comunicación entre las cuales resultaba vital romper con la dependencia de la información y pasar a hacerlo desde puntos de vista propios.

A parte de estos postulados, donde se pasa de procesos de comunicación verticales para adoptar un sentido horizontal, de intercambio y reflexión continua, la corriente de comunicación latinoamericana establece la relación entre **la comunicación y el desarrollo**.

Si la comunicación es reducida a la transmisión de informaciones, los emisores cuentan con una mayoría de receptores dependientes de su poder en una sociedad verticalista y unidireccional, autoritaria. Si por el contrario, se tiene en cuenta la capacidad de

⁷ CICALSE, Graciela. Op. Cit. Pág. 4

intercambio y de diálogo que puede estimular la comunicación, entonces las posibilidades de participación de cada ciudadano son más reales en la sociedad, y esta adquiere un sentido más democrático.

El pensamiento latinoamericano desde las peculiaridades y complejidades que distinguen a este continente, no ha quedado al margen de la problemática del desarrollo social. En ese sentido se destaca la concepción estructuralista o primera teoría global del desarrollo, promovida desde los trabajos realizados en el marco de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y las teorizaciones sobre la dependencia. Entre los principales aportes de estos paradigmas se encuentran el nuevo sentido que recibió el calificativo de subdesarrollado, ya no solo se limitaba al retraso en términos puramente económicos y productivos, sino a una relación estructural entre desarrollados y subdesarrollados, en la que estos últimos ocupan una posición de subordinación, desventajosa ante la economía internacional y también ante las relaciones sociales y las estructuras de poder. Se evalúa la necesidad de análisis integrados del desarrollo, que tomen en cuenta el sistema económico y las transformaciones en el sistema político (la estructura de clases, sectores y grupos sociales, el sistema de dominación).⁸

Por ello para Rosa María Alfaro la comunicación relacionada al desarrollo es : *medio y fin, aspecto y estrategia global, y está comprometida con modelos y proyectos, macro o microsociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos.*⁹

En este contexto, Luis Ramiro Beltrán clasifica las experiencias en comunicación y desarrollo en tres tipologías¹⁰:

- Comunicación de Desarrollo

Noción de que los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la

⁸ http://www.revistafuturos.info/futuros20/comunicacion_des.htm

⁹ ALFARO, Rosa María, “Una comunicación para otro desarrollo”. Editorial Calandria, Lima, Perú, 1993. Pág. 13.

¹⁰ BELTRAN, Luis Ramiro, “Comunicación para el desarrollo: una evaluación al cabo de cuatro décadas”. MIMEO. Lima, Perú, 1995.

modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico. En el contexto de la modernización o conjunto de transformaciones que produce el desarrollo industrial, y a los cuales los países subdesarrollados tendrían que acceder superando linealmente sucesivas fases para salir de su estado tradicional o arcaico, mediante su asimilación o adaptación a un orden de crecimiento económico e integración nacional, moderno.

- Comunicación de Apoyo al Desarrollo

Noción de que la comunicación planificada y organizada -sea o no masiva- es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo, en campos tan diversos como la salud, la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, las situaciones de desastre, etc.

- Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático

Noción de que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría. Se acuna en una explicación de las causas del subdesarrollo en relaciones estructurales de dependencia por la polarización entre países y sujetos ricos y pobres.

- Comunicación - Desarrollo o Comunicación con Desarrollo

Nuevas cartografías van a derivar en otras concepciones sobre la relación entre comunicación y desarrollo. La comunicación se enriquece con los estudios de recepción y consumo cultural, diseñando un paradigma que valora las mediaciones y resignificaciones en la apropiación y uso de los mensajes desde la complejidad de las culturas. Mattelart ¹¹nos habla del "retorno al sujeto", al rol activo del receptor y usuario

¹¹ MATTELART, Armand y Michelle. "Pensar sobre los medios". Fundesco, Madrid, España, 1987.

de los flujos y redes de comunicación; y Jesús Martín Barbero nos va a proponer entender la comunicación en sus mediaciones, desde la densidad de las relaciones cotidianas sin diferencias entre una cultura de masas y otra altruista popular-liberadora en la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano, de lo masivo.¹²

1.1.2 Conceptualización de la comunicación

Para llegar a un concepto de comunicación que permita sostener las bases del presente trabajo retomaremos el concepto de comunicación como un intercambio simbólico. Para autores como Habermas el símbolo es la esencia misma de la comunicación; dado que, el “mundo de la vida” ese espacio donde interactúa el ser humano, está compuesto por estructuras simbólicas que se reproducen por medio de la continuación de los saberes y la estabilización de sociedades grupales. La acción comunicativa por ende obliga a considerar a la comunicación como una interacción de hablantes y oyentes que se refieren a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, es decir la comunicación demanda de un proceso de interacción mediante el símbolo¹³.

Dando un paso más adelante está el concepto de comunicación social, en este sentido Alberto Pereira se aproxima a la comprensión del proceso así:

... hay que considerar a la comunicación como un hecho social omnipresente y permanente, producto del trabajo y producción humanos y, también, como el medio que permite el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan de ella se encuentran en competencia de evocar sentidos o conceptos similares; vale decir que la comunicación hay que asumirla como una praxis colectiva que se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas, tales como el lenguaje verbal, el arte, los mitos, etc., o mediante sistemas de signos como la concepción del tiempo y del espacio, la gestualidad, la vestimenta, las ceremonias, los objetos, los colores, etc.; cuya importancia radica en la producción, intercambio y percepción

¹² MARTIN-BARBERO, Jesús, *De los medios a las mediaciones*, Ed. Gustavo Gilli, México DF, México, 1987.

¹³ HABERMAS, Jürgen. “Teoría de la acción comunicativa”. Tomo I. Ediciones TAURUS. En MADRID, Dimitri. “Módulo de Epistemología de la Comunicación”. Pág. 21-25.

de realidades cotidianas, estéticas, científicas, mitológicas, y otras.¹⁴

Ya se ha dicho que la comunicación es ante todo intercambio e interacción de símbolos, pero ese mismo proceso da como resultado tramas sociales en las que nos desenvolvemos, códigos comunes, relaciones complejas.

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.¹⁵

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 aprendizaje”¹⁶. Solo de esta manera la comunicación se vuelve realmente social se convierte en instrumento de reivindicaciones.

¹⁴ PEREIRA, Alberto. “Lingüística para comunicadores”. Editorial UPS, Quito 1999.

¹⁵ GÓMEZ, Vargas Héctor: “Jesús Martín Barbero: Para pensar la comunicación en América latina (comunicación, cultura y sociedad)”. Universidad Iberoamericana de León. 1993

¹⁶ MONTOYA Alma. “La comunicación desde América Latina”. ALER, Bogotá 2007

De lo que se trata entonces es de “indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos socialmente contruidos, y ubicados en condiciones que son, de parte y parte aunque asimétricamente, producidos y de producción”¹⁷

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. Para este momento es necesario recurrir a los procesos iniciales de definición de la comunicación desde un sentido más amplio, fue Paulo Freire y su relación de la comunicación a los procesos educativos lo que permitió desasociarla de la linealidad del modelo tradicional y pasar al proceso de acción - reflexión- acción, y de ahí definir a la comunicación como un acto mismo del Ser, es decir, la comunicación necesita de otro para ser ella misma, es donde surge entonces la necesidad de la vinculación, y no solo eso surge la importancia del análisis de la alteridad dentro de la comunicación. Para Freire:

Existir es más que vivir, porque es estar en el mundo y con el mundo. Trascender, discernir, dialogar, comunicar y participar, son exclusividades de la condición de existir. Es esta capacidad o posibilidad de unión comunicativa del existente con el mundo objetivo que da al existir el sentido de crítica que no hay en el simple vivir. Existir es individual y, con todo, sólo se da en relación comunicativa con otros sujetos. De ahí la importancia de la comunicación para Freire, porque surge del planteamiento de origen: el Ser¹⁸

A partir de procesos comunicativos el ser humano dinamiza el mundo con actos creativos, recreativos y de toma de decisiones, esto le permite tener un mayor campo de dominio sobre la realidad, acrecentándola y humanizándola con algo que él mismo construye: cultura.

“Es decir, el sujeto comienza un proceso de temporalización de espacios geográficos e instaura un juego de relaciones con los demás seres y con el mundo. Alterar, crear y responder a los problemas cotidianos permiten dar movimiento a la sociedad y,

¹⁷ BARBERO, Jesús Martín. “De los Medios a las Mediaciones”. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 1987

¹⁸ FREIRE Paulo. “Pedagogía del Oprimido”, México. Siglo XXI. 1970.

por tanto, esa creación de tramas comunicativas crea también cultura”¹⁹

La comunicación por tanto no puede estar alejada de otras definiciones, porque es en sí misma la creadora de ellas, de la identidad, la diversidad, la alteridad, la 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.

1.2 HACIA UNA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CULTURA

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 significados²⁰.

Al existir además, una gran cantidad de definiciones de este concepto nos sentimos en la obligación de realizar una selección de las acepciones que nos permitan orientar de mejor manera los objetivos de este trabajo. Por tanto a continuación se presenta una reflexión del término cultura, su historia, y las definiciones escogidas entre los distintos autores estudiados, las mismas que serán claves a la hora de entender a la comunicación como alternativa de fortalecimiento del trabajo cultural.

1.2.1 Los inicios del término

De la cultura, la Enciclopedia Ilustrada Danae, nos dice que se deriva del término cultivo que designa, de modo genérico, el desarrollo interior, moral e intelectual, alcanzado por un individuo o una comunidad. El término cultura tiene la misma raíz que el verbo

¹⁹ www.razonypalabra.org.mx

²⁰ 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

"cultivar" que significa labrar la tierra, es decir, implícitamente la forma en que el ser humano actúa en la naturaleza²¹.

En la Grecia pre-clásica la palabra paideia usada para significar la "crianza de los niños", tiene una estrecha relación con el concepto de cultura, entendiéndose como el cuidado o "cultivo" que se debe tener por los niños en la adquisición de conocimientos, hábitos, costumbres, sentimientos, emociones, relaciones sociales y afectivas, gusto por las ciencias y las artes, etc. De acuerdo a varios autores el término cultura apareció en la Roma antigua como la traducción de la palabra griega paideia²².

No obstante, una primera noción de la cultura más cercana al mundo social, la dará Aristóteles al afirmar que la cultura es vista como el saber que permite al ser humano discernir acertadamente acerca de todo. De este modo la perspectiva aristotélica es la que permite inicialmente comprender los hechos culturales como parte de las problemáticas del ser humano y la sociedad²³.

1.2.3 Lo inculto y la cultura de élite

Como resultado de las anteriores concepciones en la Edad Media se comenzó por comparar la tierra sin cultivar con el alma inculta; con la supremacía de la iglesia en esta época, se llegó a la semejanza de cultura como culto o adoración a Dios. A principios del Renacimiento se diferencian el culto de la cultura atribuyéndole a esta última un significado asociado con el cuidado y el crecimiento de las mentes, en el sentido de educarlas. Para el siglo XVI la cultura se relaciona con el estatus y el prestigio de una clase social, lo cual evidentemente dio paso a la división de la sociedad en dos clases: la cultivada o culta y la vulgar o inculta. División que pese al paso del tiempo continúa marcando la diferencia entre clases.

Así, en el siglo XIX, afirma Monsiváis la cultura se conceptualiza como:

²¹ TROMPENAARS, Fons. "Sobre las olas de la cultura". Editorial Irwin. Washington 1994.

²² ESPINOZA Iván. y PÉREZ Carlos. Cultura, Cultura en México y su impacto en las empresas" en Revista Gestión y Estrategia. Núm. 6, julio-diciembre de 1994.

²³ GUERRERO, Patricio. Op. Cit. Pg. 37

La actividad del espíritu, y sus cumbres son la erudición clásica, la veneración y el ejercicio de la poesía en distintos niveles, la escritura de la Historia, la creación artística, la prédica moral que instrumenta la divulgación del conocimiento²⁴.

Este concepto lleva a relacionar a la cultura con la producción del arte, de ahí que surja la idea de que el mundo de la cultura es el mundo de la creación artística.

De este modo una definición de cultura obliga a quien la realiza a pensarla desde dimensiones que superen un enfoque tradicionalista, donde la cultura es vista como manifestaciones del arte dividiéndola así en cultura de élite y cultura popular, lo que por supuesto ha ayudado a reproducir el imaginario de la dicotomía superiores-inferiores, cultos-incultos; el concepto de cultura debe sobrepasar esta barrera de divisiones de clase, ya que toda persona es poseedora de una cultura. Y por sobre todas las cosas el concepto de cultura “debe dar cuenta de la praxis humana integrada a los cambios que impone la dialéctica socio histórica”.²⁵

1.2.4 La visión positivista de la cultura

Se desarrolla en la primera mitad del siglo XX (1900-1950). Originalmente la cultura fue entendida y explicada como un conjunto de enseñanzas, constricciones, presiones y acondicionamientos externos al ser humano, (formas de comportamiento y otros aprendizajes durante la socialización del niño) que fijaban o determinaban pautas de conductas como adulto, donde se destacaban las costumbres como el concepto amplio que representaba casi todo lo que el hombre hacía²⁶.

Es decir, la cultura era vista como un determinante del comportamiento. Según esta forma de ver a la cultura, el control social se ejercía a través de las normas, y éstas servirían como medios de presión y obligación impuesta sobre los hombres para adaptarse a las costumbres y tradiciones sin resistir ni darse cuenta; mientras que los

²⁴ Monsiváis, Carlos. "Duración de la eternidad". Nexos No. 172. México, D.F. Abril, 2008

²⁵ GUERRERO, Patricio. Op. Cit. Pg. 35

²⁶ BUXÓ, Rey “La cultura en el ámbito de la cognición”, en Mercedes Fernández. (Coord.) “Sobre el concepto de cultura”, Editorial Mitre. 2005, Pág. 13.

mitos y las creencias representaban a esas mismas imposiciones desde la religión, a las que los seres humanos se sometían dócilmente.

El núcleo esencial de la cultura son las ideas tradicionales es decir, históricamente generadas y seleccionadas; y especialmente, los valores vinculados a ellas; los sistemas de culturas pueden ser considerados, por una parte, como productos de la acción, y por otra, como elementos condicionantes de la acción futura. Importante y completa como es esta definición, y a pesar que encierra toda una época paradigmática del estudio de la cultura, algunos estudiosos comenzaron a destacar a mediados del siglo pasado que siguiendo esta línea teórica, producto del positivismo de comienzos de siglo, la cultura era considerada fundamentalmente un fenómeno externo a los seres humanos que la viven, de tal forma que el ser humano aparece más como objeto de la cultura, que como el sujeto que la crea, recrea y vivencia cotidianamente.

Esto ocurriría porque, como ya se dijo, la cultura es vista como un conjunto de presiones y acondicionamientos externos al ser humano que fijaban pautas de conductas, a través de las costumbres, creencias, modos de vida, etc., con lo que la cultura era vista como un determinante del comportamiento, pero no surgiendo del ser interior del individuo. Finalmente esta forma de conceptualizar la cultura resulta un "molde o patrón" muy rígido, en el que los seres humanos, una vez que son formados, difícilmente podrían escaparse o cambiar readecuando su cultura a nuevos momentos, situaciones o eventos del diario vivir.

Esta concepción que si bien ha sido catalogada como rígida, permanece aún en el criterio no solo de los teóricos sino de varias instituciones y gobiernos, y es usada como medio de reproducción de relaciones de poder, donde se legitiman los discursos de superioridad e inferioridad, a partir de lo cual es posible implementar agendas culturales definidas en los despachos institucionales y no en las necesidades de las comunidades donde se las aplican.

1.2.5 La Cultura es inherente al ser humano

Un primer acercamiento al concepto de cultura como algo específicamente humano y no como producción artística y algo creador fuera de él, surgió de la mano del antropólogo inglés Edward Taylor, para quien cultura es toda clase de comportamiento aprendido por medio de la experiencia.²⁷

Para Freud, la cultura comprende:

Todo el saber y el poder conquistado por los hombres para llegar a dominar las fuerzas de la naturaleza y extraer bienes materiales con que satisfacer sus necesidades y, por otra parte, todas las organizaciones necesarias para regular las relaciones de los hombres entre sí y muy especialmente la distribución de los bienes naturales alcanzables.²⁸

Para el antropólogo francés Claude Levi Strauss, cultura es todo conjunto etnográfico que presenta variaciones significativas con respecto a otros²⁹. O sea, cada cultura posee su propia visión del mundo, una originalidad que constituye su primer requisito. Cuando se habla de originalidad se hace referencia solo a esta circunstancia. Originalidad no es superioridad, sino diferencia. Ser distinto no implica una prerrogativa, aunque muchos pueblos para dominar a otros juzgaron lo diferente como inferior.

Desde el marxismo, la cultura es el conjunto de los valores materiales y espirituales acumulados por el ser humano en el proceso de su práctica histórico-social. Se destaca así el carácter histórico de la cultura, como resultado de un proceso acumulativo y selectivo. Uno de sus representantes Antonio Gramsci, define al ser humano como un proceso y más específicamente como el proceso de los actos. Es el resultado de una serie de experiencias concretas que vivió a lo largo del tiempo. Para el autor lo mismo ocurre con las sociedades, cada ser humano no solo crece con sus propias experiencias sino con la herencia cultural de su sociedad, e incluso de otras sociedades. Cada

²⁷ TAYLOR, Edward citado en COLOMBRES, Adolfo. "Manual del promotor cultural". Ediciones Colihue, Tercera Edición. Buenos Aires 1997.

²⁸ COLOMBRES, Op. Cit pg. 14

²⁹ LEVI STRAUSS, Claude. "Sociología, psicología social y antropología cultural" UNESCO 1954. Citado en BALANDIER "Sociología, etnología y etnografía". Tratado de sociología Tomo I. pág. 101.

comportamiento individual actualiza la cultura e incluso la enriquece. El acto de enriquecimiento es la creación. Toda creación se apoya en esta experiencia cultural, y su aporte será mayor cuanto más innove, cuanto más se preocupe a contribuir a la evolución de la cultura en que se da³⁰.

Así, es posible 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.

1.2.6 La cultura como intercambio simbólico

La transformación de las prácticas basadas en la experiencia desarrollada por el ser humano que posibilitan el sustento de la cultura, puede realizarse solo por medio del símbolo; pues es este el instrumento universal de representación de las subjetividades.

Los símbolos son fuentes de información externa que los humanos utilizan para comprender y ordenar su entorno físico y social, pues no pueden operar sobre la base exclusiva de sus condicionamientos biológicos, es esto lo que hace de la cultura algo más que realidad biológica: instinto. La cultura es el resultado de interacciones simbólicas que se suceden en la cotidianidad en respuesta a una realidad que se encuentra en constante transformación.

Este intercambio a permitido reproducir y transformar las relaciones sociales pues:

La cultura se aprende desde el nacimiento y se transmite a las siguientes generaciones, proporciona símbolos a las personas, así como el contexto para comunicar algo de ellas mismas a otras personas.³¹

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

³⁰ COLOMBRES, Op. Cit. Pág. 15

³¹ FERNÁNDEZ, Carlos. "La Comunicación Humana: Ciencia Social". México, 1995. Pág. 185.

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 simbólico³².

Es decir la cultura se refiere a la organización de la vida diaria como a los niveles simbólicos y subjetivos vividos por la población, en interacción con la experiencia social más cercana. Ello implica entender el mundo de la cultura como una construcción colectiva realizada por los diferentes grupos humanos.

1.2.7 El estudio de la cultura desde América Latina

A pesar del cambio logrado en el concepto de cultura en una región tan diversas y producto de procesos de conquista y resistencia como América latina surgió la necesidad de conceptualizar la cultura desde las realidades de sus pueblos.

Es así que a mediados de los ochenta surgieron en la región los denominados Estudios Culturales, donde autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero, Carlos Monsiváis, George Yúdice, Renato Ortiz, Marilena Chaui, Nelly Richard, Beatriz Sarlo y Guillermo Bonfil Batalla, contribuyeron a la construcción de una nueva teoría en torno a la cultura y desestabilizaron las fronteras que definían las pertenencias de los saberes a cánones predeterminados (sociología, antropología, literatura, etcétera) y pusieron en duda la universalidad del método científico, la pureza del saber teórico y la división jerárquica entre cultura “alta” y cultura popular³³.

Es Jesús Martín Barbero quien analiza los componentes de la cultura latinoamericana y propone que: “cultura es invención de formas y figuras, sonidos y colores que, en el

³² “Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos, un desafío cultural”. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Santiago de Chile 2002. Pg. 37

³³ Biblioteca Virtual de la Universidad Autónoma de México. www.cialc.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca%20virtual/diccionario/posmodernidad.htm

mismo movimiento en el que expresan la realidad, la reinventan”³⁴. Es decir desde Latinoamérica la cultura no se relaciona con las artes ni el conocimiento científico, para Barbero la cultura reencanta a las sociedades, es colorida y cambiante. Es también:

La dimensión más amplia e intangible de respuestas a la pregunta por el sentido personal y colectivo, a través de creencias, saberes y prácticas; es el eje central del desarrollo de las sociedades.³⁵

Barbero además, propone la necesidad de integrar al estudio de la cultura el estudio de la ciudad como el contexto donde es posible observar los fenómenos culturales, y a la comunicación como el medio por el cual es posible recrear la cultura y los imaginarios. También muestra al proceso de cambio en la cultura como la hibridación que se produce en ese intercambio de símbolos, la cultura es entonces para Barbero una dinámica que se transforma a la vez que permite la definición de los sujetos. A este planteamiento se une Néstor García Canclini quien define a la cultura como:

El conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas.³⁶

Es decir todos participamos de un imaginario colectivo, entendido en palabras de Rosa María Alfaro como “el conjunto de representaciones, ideales o simbólicas, mediante las cuales se define el motor, fundamento y sentido de la convivencia entre los miembros de un grupo o sociedad”³⁷.

Otro ámbito importante del estudio de la cultura en Latinoamérica es su relación con lo local. Desde esta perspectiva, José Joaquín Brunner propone la redefinición de la cultura

³⁴ BARBERO, Jesús Martín. “Comunicación y culturas en América Latina”. Revista *Anthropos*. Huellas del conocimiento, N° 219, Madrid, abril-junio de 2008. Pág. 172.

³⁵ BARBERO, Jesús Martín. “El Espacio Cultural Latinoamericano”. Fondo de Cultura Económica. Chile, 2003. Pág. 20.

³⁶ CANCLINI, Néstor García, “Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano”. Editorial Grijalbo, México, 1989, Pág. 25.

³⁷ ALFARO, Rosa María. “Otra Brújula: Innovaciones en comunicación y desarrollo”. Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA. Lima-Perú 2006. Pg. 50

desde lo local como forma de enfrentar la globalización imperante. De este modo la cultura se convierte en impulso que activa los recursos locales. Favorece la actividad creativa de los sujetos individuales y colectivos, moviliza energías, identifica y genera otros recursos, y guía el proceso de construcción social del territorio. El hecho de compartir una misma cultura en la comunidad territorial facilita la convergencia de puntos de vista, desincentiva comportamientos conflictivos y oportunistas y consolida vínculos entre los miembros de una localidad.³⁸

1.2.8 La relación entre cultura e identidad

Los conceptos de cultura e identidad son conceptos estrechamente interrelacionados e indisolubles. Nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad. Lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. De ahí que para varios estudiosos la identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores.³⁹

Para comprender de mejor forma esta relación es importante definir los conceptos de cultura e identidad, no obstante ya se discutió en páginas anteriores sobre las formas en las que es vista la cultura y la concepción apropiada para este trabajo, sin embargo haciendo un resumen se dirá que la cultura es la organización social del sentido, interiorizado de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivado en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados. De esta afirmación se desprende

³⁸ FONTE, María y RANABOLDO, Claudia. Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América Latina. www.rimisp.cl/boletines/vol64.

³⁹ GIMÉNEZ, Gilberto. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. México, 2008.

que esa representación simbólica es apropiada por los sujetos que comparten determinado contexto, y ese mundo de representaciones manejados por un conjunto de la sociedad es lo que lo diferencia de otros.

En efecto, Immanuel Wallerstein⁴⁰ señalaba que una de las funciones casi universalmente atribuida a la cultura es la de diferenciar a un grupo de otros grupos. En este sentido representa el conjunto de los rasgos compartidos dentro de un grupo y no enteramente compartidos fuera del mismo. De aquí su papel de operadora de diferenciación.

Ahora se puede entender por qué los conceptos de cultura y de identidad constituyen una pareja indisociable. Y también se puede entender que la concepción que se tenga de la cultura va a comandar la concepción correspondiente de la identidad. Si se tiene una visión posmoderna de la cultura como fragmentada, descentrada y fluida también se utilizarán los mismos términos para referirse a la identidad.

Dado que en la definición de cultura manejada en esta investigación se ha hecho hincapié en la característica dialéctica de la cultura y se ha dicho de ella que es la dinamizadora de los procesos sociales, que es el fruto de un devenir histórico pero que está en permanente transformación, entonces se dirá que la identidad presenta esas mismas características.

Además, al haber afirmado previamente que la cultura es producto de las relaciones sociales, se afirmará que la identidad si bien es correspondiente a cada ser humano, es producto de sus interacciones, y su definición se logra en tanto el otro defina a ese ser. De este modo la identidad, al igual que la cultura, se construye y deconstruye en íntima relación con el otro.

La identidad al igual que la cultura ya no puede concebirse como producto acabado, no se trata ya de cosas. Ambos procesos humanos son objeto de una construcción incesante

⁴⁰ WALLERSTEIN, Emmanuel. "La cultura como campo de batalla del sistema mundial moderno". En FEATHERSTONE, Mike. "Cultura Global" London. Sage Publications. Londres 1992. Págs 31-55.

y los resultados de esa construcción, lo mismo que las prácticas de significación a las que están vinculadas, son siempre inciertos, indeterminados, imprevisibles. Lo que indica que debe pensarse en la identidad como una producción que no está nunca completa; constituida en el interior de relaciones multiculturales y diversas que están siempre en proceso, procesos humanos siempre en movimiento, en lo individual y lo colectivo

Sin embargo, es preciso recalcar que identidad y cultura, aunque en asociación incuestionable, no son lo mismo, ni deben ser interpretados como sinónimos.

La cultura como construcción simbólica de la praxis social, es una realidad objetiva que le ha permitido a un grupo llegar a ser lo que es. Mientras que la identidad es un discurso que nos permite decir “yo soy o nosotros somos esto”, pero que solo puede construirse a partir de la cultura.⁴¹

De ahí que cultura e identidad sean diferentes pues no es lo mismo ser, que decir lo que se es. La identidad es por tanto una construcción discursiva que muestra a la vez la pertenencia pero también la diferencia de los sujetos, pero este discurso solo puede sustentarse en algo concreto: la cultura, y esa es la relación entre ambos fenómenos.

1.2.9 La cultura en el Ecuador

Para los propósitos de este trabajo de tesis resulta importante analizar lo que se entiende por cultura dentro de nuestro país, pues será ese concepto el que oriente las acciones que se toman desde las instituciones de cultura para la aplicación de proyectos.

Así, el Ministerio de Cultura del Ecuador, por medio de la propuesta de Ley Orgánica de las Culturas define a la cultura así:

⁴¹ ENDARA, Lourdes. “La Identidad” en: Aportes, notas sobre cultura, identidad tradición y modernidad. En: GUERRERO, Patricio. “La Cultura”. Ediciones Abya Yala 2002. Pág. 103

Desde una visión contemporánea de cultura, se concibe como un hecho social dinámico que incesantemente genera nuevos sentidos y contenidos, y transforma y resignifica el saber acumulado por la sociedad.⁴²

1.3 COMUNICACIÓN Y CULTURA: UNA RELACIÓN INDIVISIBLE

Una vez que comunicación y cultura han sido definidas por separado es necesario encontrar qué es lo que permite la relación entre ambos términos. De este modo podemos observar que: dentro de la definición de comunicación como de cultura encontramos las mismas categorías, ambas se remiten a signos, sistemas, procesos, estructuras y funciones. Es decir tanto comunicación y cultura son interacción con la realidad social, procesos de estructura de las sociedades, entendimiento de signos, ambos son el compartir de universos simbólicos.

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.

“La cultura fue posible cuando el ser humano tuvo la capacidad de simbolizar y a su vez construir un lenguaje simbólico que se expresa en formas lingüísticas y no verbales, que permiten a los sujetos construir un sentido de existencia y actuar en el mundo.

⁴² Ley Orgánica de las Culturas 2010. www.ministeriodecultura.gob.ec

Los símbolos creados se usan para comprender y ordenar el entorno físico y social”.⁴³

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.

A continuación veremos un breve repaso de los postulados de relación comunicación/cultura desde varios autores. Por ejemplo, para Edwar T. Hall “La cultura es el medio de comunicación del hombre; no existe ningún aspecto de la vida humana que la cultura no toque y altere”, aquí podemos ver que Hall mira a la comunicación como la herramienta por medio de la cual es posible que la cultura se cree, recree, reproduzca y transforme. Mientras que, para Humberto Eco “la cultura es solo comunicación y la cultura no es otra cosa que un sistema de significaciones estructuradas”. Así también, para Turgot “la cultura es poseedora de un tesoro de signos que tienen la facultad de multiplicarse hasta el infinito, de comunicarse, de transmitirse como una herencia constante y creciente.”⁴⁴

En sus producciones, Jesús Martín Barbero sostiene que pensar los procesos de comunicación desde la cultura significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios⁴⁵. Es así que, para este autor pensar la comunicación desde la cultura y viceversa implica entender el entramado simbólico de los movimientos sociales y de las nuevas dinámicas culturales, abriendo de este modo la investigación a las transformaciones de la experiencia social.

⁴³ GUERRERO. Op. Cit. Pág. 68

⁴⁴ Material de estudio facilitado por el profesor Patricio Guerra en la materia de Comunicación y Cultura, cursada en el primer semestre de la carrera.

⁴⁵ BARBERO, “Jesús Martín. De los medios a las mediaciones”. Edt. Gilli, Barcelona, 1987. Pág. 227

No obstante, para el movimiento latinoamericano pensar la relación comunicación/cultura exige hoy, ir bastante más allá de la denuncia por la desublimación del arte simulando, en la figura de la industria cultural. Lo que se necesita hoy es ver a la comunicación convertida en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas –étnicas, nacionales o locales- en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales.⁴⁶

Tanto comunicación como cultura son dimensiones claves de la vida. Ambas constituyen objetos de cambio. Hacer comunicación significa involucrar la dimensión cultural; y se hace cultura también con comunicación. Cualquier líder o protagonista de base hace comunicación cotidiana y está enfrentado a exigencias y dilemas culturales. Los sujetos no solo son actores sociales colectivos sino también sujetos productores de cultura en el mundo individual y en las diferentes esferas de la vida comprometiendo formas de socialización varias.⁴⁷

Entonces, es en este punto donde la importancia del componente comunicativo en la experiencia de un proyecto cultural se torna evidente, al ser el tema de la cultura un asunto delicado - puesto que toda forma de intervención presupone incidencias que alteran las formas de vida- las estrategias de comunicación para la inserción de actores sociales en determinado grupo o comunidad se vuelven vitales no solo para conocer realidades sino también para impulsar escenarios de verdadero desarrollo.

1.4 LA GESTIÓN CULTURAL

El concepto de gestión se incorpora a nuevos sectores de la vida social como necesidad de dar respuestas a los nuevos retos de la sociedad. A la gestión cultural no la podemos definir como una ciencia, ni se puede contemplar dentro de un marco epistemológico propio, sino que es fruto de un encargo social que profesionaliza a un número considerable de personas en respuesta a unas necesidades de una sociedad compleja. Esto le da una perspectiva pluridisciplinar muy importante que no podemos olvidar, pero

⁴⁶ BARBERO, Jesús Martín. “La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana”. Departamento de Estudios Socioculturales ITESO, Guadalajara México 2001. Pág. 5.

⁴⁷ ALFARO, Rosa María. IDEM. Pg. 53-55

reclama que el propio sector realice las aproximaciones necesarias para la construcción de un marco teórico y conceptual de acuerdo a las necesidades propias de esta función.

Es por ello que a continuación repasaremos el término gestión para luego articularlo al de cultura, el mismo que ha sido ya estudiado en el numeral anterior.

1.4.1 La Gestión

Desde el punto de vista filosófico la gestión es una relación social que trabaja en tres niveles: esencia (lo que la define como algo único), formas esenciales (aquellas formas de realización de la esencia y de las que no se puede prescindir) y las formas superficiales concretas (formas a través de las cuales también se realiza la esencia, pero pueden o no estar y son muy variables) y responde a una necesidad de la sociedad que la condiciona.⁴⁸

Mientras que desde otra visión la gestión, entendida en términos contemporáneos, es el procedimiento de adecuación de recursos de cualquier índole a aquellos fines para los cuales han sido recabados los recursos.⁴⁹

Pero además existe un sentido lineal o tradicional donde gestión es sinónimo de administración: "Por gestión se entiende el conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado"⁵⁰. Se asume como dirección y gobierno, se transforma en una serie de actividades para hacer que las cosas funcionen, con capacidad para generar procesos de transformación de la realidad.

Con una connotación más actualizada o gerencial la gestión es planteada como "una función institucional global e integradora de todas las fuerzas que conforman una organización". En ese sentido la gestión hace énfasis en la dirección y en el ejercicio del liderazgo.

⁴⁸ GUIOMAR, Alonso. "Creatividad, cultura y desarrollo económico". Revista digital Pensamiento Iberoamericano No. 4, 2009.

⁴⁹ MARTINEZ, José Antonio. "Conceptos y experiencias de la gestión cultural". Secretaria General Técnica de Cultura de España. Madrid 2007. Pág.33

⁵⁰ MORA, Julia. "Transformación y gestión curricular". Memorias Seminario Evaluación y Gestión Curricular, Universidad de Antioquia 1999.
jaibana.udea.edu.co/producciones/guillermor/concepto.html

Paúl de Bruyne expresa que la gestión es la acción y el efecto de hacer diligencias conducentes al logro de un propósito o deseo; es la utilización, el empleo, la consecución y la combinación de recursos destinados a hacer posible la realización de un proyecto; y que, comprende a la vez un saber y una práctica que apela al mismo tiempo a la ciencia, es decir a los conocimientos exactos; y al arte, es decir, al juicio y la creatividad.⁵¹ El papel del teórico de la gestión es forjar las herramientas de una acción operacional. Debe suministrar la eficacia, la operatividad, la motricidad.

Gestionar significa por tanto utilizar el conocimiento como mecanismo de mejora continua, no se centra tanto en la jerarquía como en la capacidad de promover, facilitar, innovar sistemáticamente el saber y su aplicación a la producción.⁵² Sin embargo, el tema de la gestión debe estar entendido como un accionar de diligencias, una especie de mediación en procesos, más no una administración con visiones de liderazgo, esta diferencia es importante, debido a que muchas veces se confunden estas visiones y puede tornarse peligroso cuando se relacionan a temas tan delicados como la cultura. En este sentido, es importante entender esta diferenciación entre gestión y administración, dado que en el concepto gestión es muy importante la **acción**, del latín **actionem**; que significa toda manifestación de intención o expresión de interés capaz de influir en una situación dada⁵³. El énfasis que se hace en la acción, en la definición de gestión es la diferencia que se tiene con el concepto de administración. En el siguiente cuadro veremos características específicas de cada una:

⁵¹ DE BRUYNE Paúl, "Teoría moderna de administración". Ediciones Aguilar. Madrid 1983. Pág. 287

⁵² PORTAL, Ana y ESPINOSA, Lourdes. "Gestión cultural. Políticas culturales y gerencia".

Centro Nacional de Superación para la Cultura, Cuba 2009.

⁵³ SAUCEDO, Milagros. "Un nuevo enfoque para la gestión de las políticas de innovación, en función del desarrollo sostenible". Revista de Administração e Inovação, São Paulo. Edición digital julio/septiembre 2010. Pág. 78

Gráfico 1: Diferencia entre administración y gestión*

ADMINISTRACIÓN	GESTIÓN
Administrar significa mandar sobre una estructura jerarquizada	Gestionar significa conducir los asuntos de alguien y ejercer autoridad sobre una organización
Administrar está sujeto a los procedimientos, normas controles que garantizan la correcta utilización de los recursos	Gestionar significa utilizar el conocimiento como mecanismos de mejora continua
Administrar es un acto más mecánico	Gestionar no se centra en la jerarquía sino a la capacidad de promover innovación sistemática del saber y su aplicación a la producción o el resultado
Administrar se centra en el funcionamiento tradicional y piramidal	En la gestión la responsabilidad es más privada e individual
Administrar se evalúa sobre el procedimiento más que sobre el resultado	Gestionar reclama más autonomía a cambio de auto – responsabilización de los resultados
En la administración la responsabilidad es pública, sujeta a los procedimientos, normas y legislaciones que han de prever todas las posibles situaciones	El derecho a dirigir y el deber a rendir cuentas

*Fuente: MARTINELL Sempere Alfons. “La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro”. UNESCO 2001.

Desde esta perspectiva vemos a la gestión como resultado de demandas especializadas y sobre todo como producto de la necesidad de dar un mejor uso a los recursos, es por eso que la gestión permite entender la acción. Consientes de los procesos que vive el mundo hoy en día la gestión se convierte en una reacción para generar un cambio.

El mundo actual está en constantes cambios. En estos desordenes gestionar significa reaccionar a este cambio continuo, percibirlo y evaluarlo, decidir acciones para ponerse en marcha y actuar. Esta acción se convierte ella misma en una parte del flujo de los acontecimientos, ideas y cambios que conllevan nuevas percepciones, evaluaciones y futuras acciones.⁵⁴

⁵⁴ MARTINELL Sempere Alfons. “La gestión cultural : Singularidad profesional y perspectivas de futuro” (Recopilación de textos) Titular de la Cátedra Unesco Presidente de Interarts 2001

Ante este panorama la gestión empieza a intervenir e involucrarse en lo social, en la política, cultura y educación, donde cumple un papel sumamente importante, debido a que la gestión reclama una capacidad de definir objetivos y diseñar el proyecto como eje y metodología de la acción.

La gestión exige un cierto gusto por la autonomía para decidir el curso de la acción y libertad para resolver los problemas que emergen en la ejecución. La gestión se aproxima a una cierta creatividad en la búsqueda de alternativas e innovación con una gran sensibilidad de atención al exterior y a los procesos de su contexto.⁵⁵

Como se ha analizado el concepto de gestión puede abarcar muchas lecturas y posiciones, pero su utilización en algunas nuevas profesiones -de acuerdo a Alfons Martinell- (gestión ambiental, gestión del urbanismo, gestión de calidad de vida, gestión de las ONG, etc.) responde a la necesidad de llevar a cabo nuevas funciones en el proceso de desarrollo de nuestras sociedades.⁵⁶

Tomando en cuenta lo expuesto anteriormente, entendemos a la gestión como ese accionar que permite generar cambios y es precisamente desde esta visión cuando se la puede relacionar con la cultura, como dijimos antes, el tema de la cultura es sumamente delicado y es difícil articular a un proceso institucional como es la gestión. Sin embargo, estudios recientes han demostrado que la gestión cultural como la búsqueda de adhesión de los miembros de una sociedad, planteándoles objetivos e intereses comunes, siempre en relación con principios y creencias: en la identidad de intereses, en el desarrollo personal se torna en una herramienta que propende al desarrollo.

1.4.2 La gestión vinculada a la cultura

Ahora bien para vincular la gestión a la cultura, es necesario determinar el enfoque que se tiene de esta; así, si se piensa sólo en las artes, la gestión de los procesos que desarrolla la creación, difusión y expresión artística y los logros que se quieren alcanzar

⁵⁵ MARTINELL, Sempere Alfons. IBID.

⁵⁶ MARTINELL, Sempere Alfons. "La formación en gestión cultural en Iberoamérica: reflexiones y situación". Red IBERFORMAT. Bogotá 2002. Pág. 76

para su desarrollo es el campo de acción de la gestión. No obstante, si se aborda un concepto amplio de cultura, las acciones se traducirán en abarcar distintos áreas de trabajo, artes, culturas originarias, cultura juvenil, participación, memoria, patrimonio u otros. Ese enfoque orienta el campo de trabajo de la gestión, da sentido a la gestión cultural.⁵⁷

Por tanto, alrededor de la práctica de la gestión cultural existen una pluralidad de posiciones, ideologías y enfoques metodológicos. La gestión cultural trata de establecer una comunicación productiva entre los discursos, las instancias de cultura y la práctica, con miras a lograr un mutuo enriquecimiento entre lo teórico, lo social y lo técnico.

“Pero más allá de los debates teóricos, la finalidad de la gestión cultural está centrada en promover todo tipo de prácticas culturales de la vida cotidiana de una sociedad que lleve a la concertación, al reconocimiento de la diferencia, a la invención y recreación permanente de las identidades y al descubrimiento de razones para la convivencia social”.⁵⁸

Por tanto este tipo de gestión no se basa simplemente en una serie de lineamientos para lograr un objetivo, sino en todo un análisis del contexto y del entorno, busca la manera de llegar a más gente, de hacer que sea la misma población la gestora de las iniciativas culturales. Busca un interés común y lo promueve mediante procesos de participación.

“La gestión cultural se define entonces como una serie de procesos que a partir de diagnósticos rigurosos de realidades culturales específicas, tratan de visualizar el tránsito desde presentes concretos a futuros deseados, en el marco de un abanico posible de escenarios futuros, y, a partir de una metodología que implica la definición y selección de estrategias que gobiernen y orienten ese proceso”.⁵⁹

⁵⁷ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. “Guía para la Gestión de Proyectos Culturales”. Valparaíso, 2009. Pág. 10.

⁵⁸ MARTINELL, Alfons. IBID. Pág. 77

⁵⁹ RONDA, Stéphanie. “Estrategias de legitimaciones y discursos: La utilización de las políticas de rehabilitación de los centros históricos”. En Carrión Fernando: Desarrollo Cultural y Gestión de Centros Históricos. FLACSO 1999.

En el año 2000, varios gobiernos e instituciones de la cultura de Latinoamérica por medio del Convenio Andrés Bello establecieron una reconceptualización del concepto de gestión cultural, llevando su extensión más allá de la elaboración de agendas de actividades culturales:

“Si entendemos cultura como el modo de vida de un pueblo, veremos que hacer trabajo cultural es mucho más que organizar festivales de teatro o encuentros de danza. Lo importante es definir las especificaciones de cada ámbito de gestión y trabajar con las herramientas adecuadas para su desarrollo”.⁶⁰

Sin embargo, mientras organismos como la UNESCO abogan porque los estados reconozcan la diversidad de los pueblos y culturas no mayoritarios y recalcan la importancia social y económica de la cultura, los estados capitalistas dejan de lado su quehacer cultural y lo dejan en manos de corporaciones, que bien o mal recuperan los espacios de memoria de los pueblos, pero no para el pueblo sino para los que puedan pagarlo.

Desde esta perspectiva, varios trabajos relacionados al ámbito de la gestión cultural analizan el peligro que corre la cultura de vaciarse de sentido y contenido por su inminente mercantilización y producción a gran escala.

Es por ello que la gestión cultural ha ido tomando la idea de espectáculo vacío, una decoración cultural materializada por medio de mega eventos, que pretenden solucionar ciertos problemas de la sociedad; cosas que no hacen más que indigestarnos de cultura, cuyo contenido la mayoría de las veces está guiado por organismos internacionales más que por las propias demandas ciudadanas. La indigestión es tal, que ciertas expresiones culturales, con el pasar del tiempo han perdido su sentido original y se han convertido en

⁶⁰ Gestión Cultural. Conceptos. Convenio Andrés Bello, 2000.
www.ipanc.org/home/contenidos.php?id=114&identificaArticulo=270

un mero “Show Bussines” que se vende con una idea pero que en contenido ofrece algo distinto.⁶¹

Ahora, ante el nuevo papel de la cultura en la sociedad como mediadora de solución de conflictos, esta gestión es más que necesaria y los riesgos que representa se deben tomar, pues es la única forma de que en una sociedad globalizada los pueblos y la diversidad puedan alzar su voz y reivindicarse, los resultados ya serán cuestión de la intención inicial del respectivo gestor cultural, debido a que la cultura es el campo donde la democracia y la ciudadanía se deben gestionar y reconstruir.⁶²

1.4.3 Dimensiones de la Gestión Cultural

Varios estudios sobre gestión cultural reconocen la necesidad de establecer ciertas dimensiones para entender el accionar de la gestión en el desarrollo del trabajo cultural, sin embargo, estas dimensiones pueden variar y transformarse de acuerdo al contexto en el que se las emplee, debido a la complejidad del entramado cultural.

Si la gestión cultural lleva implícita la producción de un proceso, ésta tiene características especiales que podemos visualizar en múltiples dimensiones, entendiéndolas como desafíos que forman el conjunto conceptual de la gestión cultural.⁶³

Dimensión Social

- Potencia las habilidades individuales.
- Busca la construcción de vida asociativa.
- Promueve la participación responsable.
- Estimula las prácticas cooperativas.
- Incluye el trabajo intergeneracional.

Dimensión Operacional

- Incluye el desarrollo de soluciones integrales.
- Ejecuta acciones pertinentes, y en etapas progresivas.

⁶¹ LACARRIEU, Mónica. “La (indi) gestión cultural: Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos”. Ediciones La Crujía. Buenos Aires 2007. Pág. 58.

⁶² CARRIÓN Fernando: Desarrollo Cultural y Gestión de Centros Históricos. FLACSO 1999.

⁶³ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. Op-cit. Pág. 12

- Desarrolla procesos administrativos constantes y dinámicos.
- Fortalece habilidades de gestión autónoma.
- Se reconoce como un proceso interdisciplinario.

Dimensión Ética

- Articula un espacio creativo y transformador permanente.
- Promueve el fortalecimiento de la ciudadanía participante.
- Reconoce la diversidad cultural y la integración.
- Impulsa la práctica de derechos y deberes culturales.

Dimensión Política

- Integra las competencias institucionales públicas y privadas. (organizacionales, financieras, legislativas).
- Impulsa respuestas a las necesidades y demandas culturales de la población.
- Actúa con visión de mejoramiento de la calidad de vida.
- Desarrolla una mirada con objetivos de mediano y largo plazo.

Estas dimensiones son parte de la gestión cultural como proceso de acción para llevar adelante objetivos de desarrollo. Lo importante es que las organizaciones culturales -y quienes las dirigen y en ellas participan- observen y practiquen las dinámicas pertinentes según la complejidad y realidad de sus objetivos y el entorno en el que se desenvuelven.

1.4.4 Recorrido Histórico de la Gestión Cultural en América Latina

Podemos afirmar que la edición de trabajos y reflexiones en este campo la recopilación de datos que permitan estudiar con cierta profundidad ciertos aspectos del sector cultural no disponen de una suficiente consideración de acuerdo con lo que representa el sector en la actualidad. Y que además no se han sentado en el país todavía las bases de una gestión cultural pública, y los instrumentos utilizados en este campo son los mismos aplicados a otras formas de gestión.

Los años 70 fueron una época de reivindicaciones políticas, sociales y económicas nivel mundial, pero sobre todo en América Latina donde la cultura se convirtió en una reflexión para entender las relaciones de poder de los conceptos que se habían heredado de Europa, en este contexto surgieron movimientos sociales para los que las definiciones

de identidad, territorio, alteridad y sobre todo cultura se convirtieron en la plataforma desde la cual se rompía con la dicotomía entre superiores-inferiores. Además la participación de las comunidades en los distintos procesos y movimientos sociales desde la década de los sesenta, creó la necesidad de nuevos enfoques reflexivos para observar toda la transformación social y sus posturas políticas, que en el campo cultural se dieron desde promoción cultural acentuada en el ejercicio y la intervención política.⁶⁴

El concepto de gestión de la cultura se introduce en la región a mediados de los años 80, con el apareamiento de "animadores culturales", "administradores culturales" y "actores culturales".

Los animadores culturales, vigentes desde la época del Franquismo en España y desarrollados en América Latina durante la primera mitad del siglo XX, que nacen de animar lo inanimado se habían caracterizado por trabajar en la línea de la educación artística, reforzando el puente entre los productores y el público cultural.

Los administradores culturales se desarrollan a partir de los años 60 en Francia, Estados Unidos e Inglaterra, reforzando el concepto gerencial traducido en herramientas y criterios empresariales, reafirmando el potencial de la demanda y argumentando la necesidad de crear un nuevo sector económico.

Finalmente los actores culturales, también denominados trabajadores culturales, se fueron desarrollando específicamente en los países en vías de desarrollo, y tuvieron por misión convertir a la ciudadanía en participantes culturales.

En este sentido el debate sobre la gestión cultural, surge o se formaliza en los noventa, con el aporte de los movimientos urbanos y rurales que hicieron de las expresiones culturales un instrumento de lucha. Esta tendencia ha trascendido hacia una exigencia más profesional, donde el sujeto encargado del trabajo en cultura es denominado gestor, debido a que abarca las denominaciones de animador, administrador y actor. Sin que por

⁶⁴ MARTINELL, Alfons. Op-cit. Pág. 79.

ello pierda su sentido la búsqueda de la responsabilidad colectiva por lo público y su relación con lo privado, para hacer sólida la intervención de lo cultural en lo social.

“La utilización del concepto de gestor cultural no pretende anular otras denominaciones usadas con frecuencia en algunos contextos (promotor cultural, animador cultural, dinamizador cultural, etc.) sino fomentar una cierta convención sobre unos perfiles profesionales de la intervención en el sector cultural”.⁶⁵

1.5 EL GESTOR CULTURAL

El tema de la gestión cultural es extremadamente amplio lo que ha evidenciado que no existe un modelo exclusivo de trabajo, debido a las múltiples tendencias y contextos, lo que genera que la persona a cargo de esta labor sea la que de la inclinación de dicho trabajo. Una vez que se ha trabajado que se gestiona es importante saber ¿quién gestiona?, ¿somos todos gestores culturales? ¿Cuál es el perfil del gestor y sus competencias?

Para iniciar es necesario establecer dos diferencias entre el administrador y el gerente, debido a que, existe una fuerte tendencia a confundir estas categorías.

“El gestor es absolutamente distinto a un administrador o un gerente cultural. El administrador cultural es un individuo que dirige una institución, que tiene clara su misión y cómo lograr sus objetivos haciéndolo lo más rentable posible. El gerente busca a partir de su misión, mayor crecimiento en su organización y obtener mayores beneficios”.⁶⁶

Mientras que el gestor cultural trabaja en función del amplio mundo de la cultura y sus diferentes actores, tomando las palabras de García Canclini, el gestor cultural es una intrincada combinación de su ser en la vida cotidiana con el desarrollo intencionado de competencias de intervención en la vida social desde la perspectiva del desarrollo

⁶⁵ MARTINELL, Alfons. Op-cit. Pág. 76.

⁶⁶ OTTONE, Ernesto. La evolución de la gestión cultural. Feb 2005. www.wikanda.es/wiki/Gesti%C3%B3n_Cultural

cultural o de la dimensión significativa. Con estas diferencias, nos hemos aproximado ya a un concepto de gestor, sin embargo ya que existen varias denominaciones para las personas encargada del trabajo en gestión cultural (gestores, agentes, promotores), diremos que el gestor es el sujeto encargado de determinar la dirección del trabajo y desde luego la forma de gestionar, es quien determina límites y condiciones de trabajo, y es precisamente esta concepción la que le convierte en un agente de cambio.

Tomando en cuenta lo expuesto anteriormente entendemos que es precisamente por la cualidad de crear su propio modelo de gestión, que está en la capacidad de convertirse en un mediador de procesos.

“El gestor cultural es un mediador que opera entre los diversos actores sociales que ponen en juego las distintas fases de los procesos culturales. Pero para que esa mediación sea realmente efectiva y productiva, es preciso que el gestor cultural posea una formación amplia asegurando una comprensión y una valoración de las prácticas culturales que promueve y unas habilidades y conocimientos técnicos que le permitan culminar con éxito su tarea”.⁶⁷

Sin embargo, muchas veces la gestión de “lo cultural” no siempre esta a cargo de profesionales, debido a diversos factores como la falta de espacios académicos, los costos, el acceso, entonces la gestión la realizan actores que desconociendo ciertos elementos y mecanismos, están incidiendo a través de la toma de decisiones y la puesta en marcha de acciones sobre los sentidos y las maneras de entender la sociedad y la vida cotidiana en general. Así encontramos formas de hacer gestión cultural desde la periferia, lo rural, lo local, aún cuando no puedan ser entendidos estrictamente bajo el término de gestores realizan un trabajo cultural más profundo, debido al nivel de conocimiento social, político, económico y cultural del sector en el que se desenvuelven.⁶⁸

⁶⁷ MARTINELL, Alfons. “La formación en gestión cultural en Iberoamérica: reflexiones y situación”. Red IBERFORMAT. Bogotá. 2002. Pág. 78

⁶⁸ MIHAL Ivana. “Experiencias de gestión cultural: entre ausencias y presencias”. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales Buenos Aires 2007. Pág. 54.

1.5.1 Las Competencias del Gestor Cultural

Algunos autores, como Muller ⁶⁹ denominan a los gestores culturales como agentes «mediadores» porque construyen la referencia de una política, es decir, crean las imágenes conceptuales que determinan la percepción del problema, la necesidad o el interés que aportan y las propuestas y soluciones apropiadas a cada situación.

Los agentes o mediadores aportan su acción para consolidar una actividad social, pudiendo representar, en un contexto determinado, un potencial democrático importante, sin embargo, durante años estos agentes han sido quizá el principal limitante en la gestión cultural, debido a que muchas veces han reducido las concepciones de cultura que se manejan dentro de las organizaciones culturales y estas se han ido arrastrando al punto que hoy cultura es entendida como festivales o industria cultural, dejando de lado el verdadero concepto de cultura y sobre todo dejando de lado los actores culturales que deberían ser representados por estos organismos.

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 agentes 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.

Los gestores culturales según Alfonso Martinell podrían resumirse en las siguientes funciones: ⁷⁰

- Analizan e interpretan la realidad de la propia sociedad, dan una respuesta a sus problemas, demandas o necesidades, y auto organizan servicios para su bienestar.

⁶⁹ MULLER, P. Les politiques publiques, París 1990.

⁷⁰ MARTINELL, Alfonso. “Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural” OEI: 50 años de cooperación. Número 20 Mayo - Agosto 1999.

- Posibilitan y canalizan la participación y la incorporación de grupos y personas a los trabajos y a la acción para su comunidad, originando un proceso desde la privacidad y el individualismo a la acción pública y social.
- Son aglutinadores y creadores de estados de opinión sobre temas que les afectan y sobre la creación de las condiciones necesarias para difundir sus opciones, con la finalidad de que se tenga en cuenta un determinado tema.
- Ayudan a estructurar y construir las demandas de carácter social, cultural y educativo que concentran estados individuales o grupales, y trasladarlas de forma colectiva a las organizaciones y al aparato de la administración del Estado.
- Se convierten en una plataforma para fomentar la auto organización de servicios y la asunción de responsabilidades públicas por sistemas de delegación en la prestación de servicios.
- Ejercen una función prospectiva, al descubrir y evidenciar nuevas necesidades o problemáticas de la sociedad y despertar una preocupación en los estamentos oficiales por esos temas.
- Generan condiciones para crear una plataforma de organización de la iniciativa privada y lucrativa, a partir del establecimiento de organizaciones propias.

Estas son muchas de las funciones que le competen al gestor cultural, sin embargo, no podemos decir que son todas, existen innumerables actividades y cada una se va adaptando al contexto en que se trabaja, pero las presentadas anteriormente nos demuestra el amplio campo desde el que el gestor debería trabajar. Ahora bien, no es suficiente con saber las funciones, o los terrenos donde se puede trabajar, es necesario

tener predisposición ciertas competencias, para Alfonso Hernández Barba⁷¹, son cinco las características que definen a un gestor cultural como un agente transformador.

1. Ampliar la Mirada cultural.
2. Comprender la Condición humana.
3. Entender la vida social.
4. Capacidad de agencia.
5. Disposición de aprender de otros y a apoyarnos en ellos.

Sin lugar a dudas una de las características fundamentales de un gestor cultural, es ampliar su sentidos y desde luego la visión cultural en el sentido de la frase acuñada por Jesús Martín Barbero cuando afirma que la cultura es menos el paisaje que vemos que la mirada con que lo vemos. La mirada al otro permite que la percepción haga su trabajo, es decir todo tiene su lugar, todo pertenece a algún sitio, de esta mirada cultural viene de la mano con la estimulación de procesos de reconocimiento y valoración propios de la prácticas culturales, lo cual genera entender la vida social y sus múltiples diversidades, solo así, se puede adentrar al profundo entramado cultural que nos rodea y desde luego poner en relación los diversos actores sociales.

Estas tres primeras características permiten que el gestor cumpla roles de actor dentro de la gestión lo que le posibilita ver, estudiar y vivir la realidad en la que se esta desarrollando y sobre todo va ha trabajar. Cuando hablamos de capacidad de agencia, es la que permite al gestor intervenir esa realidad, desde luego desde la mediación, es decir, caminar en torno a la transformación de la mano de los actores del sector y es en esta etapa donde se vive la retroalimentación con los actores y esto solo se logra con la disposición de aprender de los otros.

De esta forma, podríamos resumir que el rol del gestor o agente cultural es facilitar y fortalecer el desarrollo cultural en su calidad de mediador entre los fenómenos expresivos y creativos y los distintos públicos, cada vez más solicitados y múltiples. Su

⁷¹ HERNÁNDEZ,Alfonso. “El gestor cultural en formación continua, Hacia una formación en competencias”. VI Encuentro Internacional “Formación en Gestión Cultural”. Tulcán 2009

objetivo fundamental es crear canales que promuevan la participación de la comunidad en la dinámica cultural territorial lo que a su vez retroalimenta y estimula los fenómenos creativos y los hábitos culturales de la comunidad. La gestión cultural es una profesión creada desde nosotros y para nosotros, va más allá de la profesionalización, es una vocación, marcada por la entrega y apropiación de la cultura y su gestión.

1.6 LOS PROCESOS DE PARTICIPACIÓN CULTURAL COMUNITARIA

La participación siempre es para algo y por algo, no se puede inventar, corresponde a necesidades sentidas y desde ese punto de vista la participación le corresponde a los miembros de la comunidad que han detectado el o los problemas que quieren solucionar.

Cuando como resultado de un proceso estas circunstancias se dan, la participación se concreta en la medida que los miembros de la comunidad se encuentren plenamente informados y puedan opinar sobre los distintos posibles caminos a seguir, para de esta manera tomar decisiones sobre las políticas y los medios que se deben desarrollar para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

La participación constituye sin duda un complemento necesario para la gestión, puesto que cada comunidad se encuentre en la ciudad o en el sector rural posee una estructura que los comprende y es necesario que se la entienda y sobre todo se respete desde la institución. Debido a que los procesos internos de gestión dan la pauta para articular las ideas de la institución y las necesidades de la comunidad.

La comunicación es un eje transversal en el proceso de participación comunitaria, debido a que permite una retroalimentación entre los gestores externos y locales, que posibilita a los gestores comunitarios convertirse en actores sociales capaces de involucrar a la comunidad en el proceso de gestión cultural y evidenciar cambios significativos.

Aunque el término comunidad ha sido usado con muy diversas acepciones, dependiendo de la disciplina y el enfoque, cualquier comunidad humana entraña conciencia de alteridad, biodiversidad, práctica gregaria y un lenguaje interés común.

“Es en ese proceso de invención de los lenguajes simbólicos (lo cultural) donde unos a otros seres se construyen, a la vez que van creando un mundo propio y común (diferente a la naturaleza) de objetos y significaciones (la cultura). Ya que es en esta interrelación entre seres humanos mediada por la naturaleza, donde se van develando y definiendo las necesidades, afectos e intereses personales y colectivos, a la vez que descifran los principios, los códigos y los consensos generales sobre los medios y las formas de satisfacerlos”.⁷²

Por lo mismo, las comunidades humanas, tan diversas, plurales y cambiantes, son el sujeto de la promoción y de la gestión de lo cultural. Por eso la función y razón de la promoción y de la gestión desde la institución se da en la acción deliberada de acompañamiento, apoyo y fortalecimiento de los procesos significativos de integración y desarrollo comunitario.

En la medida en que los diversos grupos logren la participación de sus miembros en los proyectos de transformación y consolidación proyectados por las distintas comunidades, los cuales a su turno van produciendo diversificación de los mismos, la noción de cultura va cobrando cada vez más un sentido de vivencia y pertenencia, y en ese sentido deja de ser vista como una noción la más de las veces difusa en la que se habla de patrimonio y herencia cultural, para convertirse en el proceso de participación creador de nuevos valores y sentidos que son compartidos en la cotidianidad y son incorporados a la sangre y a los huesos con cada uno de los miembros de la comunidad participativa.⁷³

Como lo manifiesta el director de postgrados de Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona Lluís Bonet i Agustí para los responsables políticos de la acción cultural, la necesidad de promover la participación puede responder a una gran diversidad de propósitos y lógicas de intervención⁷⁴, desde un intento de regeneración de la

⁷² DE LA MORA MONTES, Luis Carlos y DE LA MORA COVARRUBIAS, Carlos. “Planeación para la Gestión del Desarrollo de las Culturas”. Colección Intersecciones CONACULTA-2009. México.

⁷³ ABELLO, Ignacio. “Metodologías para la Gestión Cultural”. Organización de Estados Iberoamericanos Para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Noviembre 1998. www.gestióncultural.org.

⁷⁴ BONET i Agustí, Lluís. “Factores condicionantes de la participación cultural”. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. www.oei.es.

democracia representativa, hasta la vieja aspiración de potenciar una mayor democracia cultural (aquella que nace de las aspiraciones y prácticas de la gente, y no solo de la difusión cultural de élite).

Desde una perspectiva política, implicar al ciudadano en los procesos de decisión, en especial en aquellas acciones de proximidad que más le afectan, es el gran reto de todos los procesos de democracia participativa puestos en marcha en estos últimos años, desde los consejos ciudadanos y los presupuestos participativos, los planes comunitarios o las agendas.

1.7 POLÍTICAS CULTURALES

La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como el ejercicio del poder para la resolución de un conflicto de intereses. La utilización del término ganó popularidad en el siglo V A.C., cuando [Aristóteles](#) desarrolló su obra titulada justamente “Política”.

Política en términos generales hace alusión al grupo de actividades calificadas como políticas es decir acciones humanas que se refieren a las cosas del Estado, de ahí, que también se le señale como doctrina o ciencia del Estado

Etimológicamente la palabra política proviene “del latín *politicus* adjetivo de político; del griego *politikòs*, de los ciudadanos; de *politês* ciudadano; y de *pòlis* ciudad”, es decir, política es aquello que involucra a los ciudadanos y los asuntos públicos.⁷⁵

El Protágoras de Platón considera el concepto de política como el saber concebido en función de fines prácticos, trata de definir la esencia de las virtudes cívicas fundamentales que presentan el conocimiento del bien como la esencia de toda virtud, por lo tanto fungir como dirigente del Estado corresponde al filósofo, es una tarea de quien posee el conocimiento del bien, o sea, el fundamento del principio que erige una

⁷⁵ GÓMEZ Guido. “Diccionario etimológico de la lengua española”, México: Fondo de cultura económica. 2001.

sociedad humana y al cual ha de dirigirse todo existir humano.⁷⁶ Por lo que en este mismo diálogo, Sócrates se constituye como el maestro del “arte político” absorbiendo en sí, la tarea de forjar a los hombres como buenos ciudadanos y Platón se refiere a la “techné política” como la búsqueda de una objetividad rigurosa y por lo mismo, un saber no propio de las masas, sino un saber filosófico supremo.

En el siglo XIX con la democratización del Estado, la política adquiere nuevos significados brindando al Estado la tarea de proteger los derechos del hombre. Esta relación Estado sociedad se incrementará en el siglo XX naciendo el Estado del bienestar.

En la actualidad la política se ha acercado a los seres sociales, el hombre la concibe cada vez más, como algo que le concierne, que le va conformando en cierto sentido y por lo tanto hay que sistematizarla, hay que investigarla, hay que crearla .

Finalmente desde las concepciones contemporáneas, por política se entiende el criterio o directriz de acción elegida como guía en el proceso de toma de decisiones al poner en práctica o ejecutar las estrategias, programas y proyectos específicos de determinada institución o del Estado. La política también es un espacio, un lugar de debates, de diálogos, de consensos, de arbitrariedades ya no le compete solo al ámbito del Estado, es un espacio común que se ha ampliado, se ha enriquecido y por lo tanto se ha vuelto complejo.

1.7.1 Definiciones de política cultural

Para iniciar el análisis respecto a la construcción de políticas culturales es necesario el reconocimiento del contexto en el que surgieron en los años 70. Para uno de los más fuertes estudiosos sobre el tema Néstor García Canclini, esta etapa marca el punto de partida sobre la construcción de políticas. Aunque de una manera poco práctica, la región empezó a delinear sus políticas en torno a las industrias culturales y la consecución de un mercado donde era posible el consumo de bienes culturales.

⁷⁶ JAEGER Warner “Paideia, los ideales de la cultura griega”. México: Fondo de cultura económica. 1980

Canclini advierte que el fenómeno se debe en gran medida a la idea de los gobiernos de turno de que gestionar la cultura y armar políticas en tono a ella era sinónimo de la reproducción de las artes, guardando la clara diferenciación entre lo culto y lo inculto. El proceso latinoamericano hacia la reivindicación de la cultura parte de la reconceptualización de ella misma y de las nociones de identidad y patrimonio, no obstante el autor aclara que a pesar de los esfuerzos de ubicar a estas manifestaciones como instrumentos de resistencia e incluso de lucha, raramente se ha trabajado en la forma de implementar este objetivo en una política específicamente cultural. Para Canclini es fundamental que la visión dinámica, histórica y cotidiana de la cultura guíe la construcción de políticas, puesto que:

“Los Estados en el mejor de los casos están preocupados por rescatar la cultura del pueblo para consagrarla en museos y libros, los medios masivos se dedican a difundir entre las clases populares la cultura de las élites o a manipular los intereses y gustos del pueblo para adecuarlos a sus propósitos lucrativos”.⁷⁷

El autor además señala que la discusión sobre las políticas culturales ha estado denominada por un énfasis en los informes burocráticos de los Estados o de las instancias de gestión y promoción cultural, por un análisis de cronogramas de los organismos culturales, por una concepción que iguala las políticas gubernamentales a la política cultural y por una asociación entre cultura, estado y nación.⁷⁸

Era entonces desde estas aseveraciones que las políticas se iban conformando, dejando de lado los procesos de participación cuya intervención resultaba vital para la construcción de políticas que permitieran no rescatar sino reivindicar lo propio, no difundir la cultura de élites sino apropiarse críticamente de lo mejor de ella para sus objetivos.

De este análisis se desprende que tanto el concepto como la aplicación de las políticas dependen nuevamente de la idea de cultura que se maneje. En este sentido, la

⁷⁷ CANCLINI, Néstor. “Las Políticas Culturales en América Latina”. Revista Materiales para la comunicación popular. Lima 1983. Pág. 15.

⁷⁸ CANCLINI, Néstor. Idem.

Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, realizada en Ciudad de México en 1982, definió que:

“La cultura puede considerarse como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.⁷⁹

Este ha sido el concepto más difundido de cultura y del que han surgido las políticas y acciones para el sector cultural en varios países.

Ahora bien, resumiendo la definición de la UNESCO, la política cultural es el conjunto de acciones y prácticas de intervención o no intervención que utiliza el Estado para satisfacer las necesidades culturales de la población con el empleo óptimo de los recursos materiales y humanos de los que dispone la sociedad en un momento dado; es por eso que se desprende que la política cultural es una responsabilidad y esfera de la acción pública.⁸⁰

En 1998 y después de una década de intenso trabajo, la UNESCO dio a conocer el documento denominado “Nuestra diversidad creativa”, que es referente indispensable en la construcción de políticas culturales en un entorno de diversidad como lo es el latinoamericano. Sin embargo no es sino hasta el 2001 que es posible hablar de un intento formal de las instituciones de la cultura de armar políticas en torno a los temas de diversidad, alteridad y sobre todo en la dimensión intangible de la cultura como herramientas de desarrollo; así como el debate en torno a los derechos culturales incluidos dentro de las constituciones de los países de la región.

⁷⁹ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. “Chile Quiere Más Cultura - Definiciones de Política Cultural 2005 -2010”. Valparaíso 2005. Pág. 8.

⁸⁰ RAUSELL, Paúl y MARTÍNEZ, José. “Apuntes y herramientas para el análisis de la realidad cultural local”. Unidad de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura Universidad de Valencia 2004. Pág. 12.

No obstante los esfuerzos mencionados anteriormente parecería que el tema de las políticas desde las definiciones de las mismas era una tarea exclusiva del Estado y sus instituciones, sin tomar en cuenta que son los miembros de una comunidad los que deben participar en el proceso de creación de las políticas en articulación evidentemente con las instancias designadas para este fin.

Se hace necesario entonces una definición de política cultural que no limite la iniciativa política a lo que hacen las instancias culturales. Se requiere entonces una visión de política cultural que facilite considerar todo quehacer cultural como una práctica social de lo posible. Para ello es necesario que se piense en las políticas no como la legislación sobre la práctica de la cultura, ni como los lineamientos para su ordenamiento burocrático, ni siquiera que la imaginemos como una normatividad que nos diga qué es y que no es cultura, que es producible y que no.

Llegamos así a definir que, política cultural no es lo que hacen las instancias culturales en términos de regulación, gestión y control, sino que:

“Son intervenciones realizadas por estas, pero también por la sociedad civil, los grupos y movimientos sociales, los comités barriales, etc., a fin de orientar sus agendas políticas, satisfacer sus necesidades culturales y obtener algún tipo de consenso en torno a un tipo de transformación social”.⁸¹

En una sociedad democrática avanzada hemos de aceptar, que es posible y deseable, la concepción de políticas desde los diferentes agentes o actores de la comunidad, dentro del legítimo derecho a la participación social.

No es patrimonio de los partidos políticos, ni de las administraciones públicas el diseño y aplicación de una política. La administración pública, en sus diferentes niveles, se diferencia de los otros agentes por su obligatoriedad de preocuparse por el interés general, por su legitimidad democrática cuando su poder procede de la voluntad

⁸¹ RODRIGUEZ, Víctor Manuel. “Políticas culturales y textualidad de la cultura: Retos y límites de sus temas recurrentes”. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. www.oei.es.

popular, en contra de otras políticas que pueden desarrollar otros agentes sociales. Pero la posibilidad de propuesta y constitución de los referentes para la incorporación de diferentes temas en las agendas políticas corresponde al conjunto de la sociedad.

Queda clara entonces la necesidad de contar con políticas públicas nacionales de cultura que emanen desde los propios actores y gestores culturales.

1.7.2 ¿Cómo se construye una política cultural?

La construcción de un documento que analice la realidad social y cultural de una comunidad específica implica la realización de una estructura teórica que tome en cuenta no solamente la descripción de su panorama sociocultural, sino también la necesidad que la sociedad analizada demuestra durante su estudio.

La política cultural debe nutrirse con el reconocimiento universal del derecho a la cultura en tanto derecho humano fundamental, al que se une la consagración del derecho de las comunidades y naciones a su propia identidad cultural⁸².

Es por ello que la representación social como proceso de construcción de la realidad y por lo tanto de la construcción de políticas culturales trabaja en un doble sentido: Primero, al formar parte de la realidad social contribuye pues a configurarla y, como parte sustancial de la realidad, producen en ella una serie de efectos específicos. Segundo, contribuyen a construir el objeto del cual son una representación.⁸³

Existen actores que promueven sus propias representaciones y prácticas mediante enunciados, eventos y redes de trabajo; casos concretos los tenemos en los “términos y/o conceptos” de: ciudadanía cultural, identidad, interculturalidad, desarrollo sostenible,

⁸² Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de investigaciones jurídicas de la UNAM. www.juridicas.unam.mx

⁸³ ARAYA UMAÑA, Sandra, “Las representaciones sociales: Ejes para su discusión teórica”. Cuaderno de Ciencias Sociales 127, FLACSO, Sede Académica Costa Rica, 2002. Págs. 11-30.

patrimonio cultural y otros, que convocan y propician un accionar global y sistemas de relaciones entre una amplia gama de actores sociales.⁸⁴

Una política cultural se construye entonces con la participación de gestores culturales y los actores de las comunidades, los primeros como mediadores y los segundos como proponentes. A decir del teórico de la gestión cultural Alfons Martinell:

“La madurez y desarrollo de las políticas culturales y sus gestores y actores, en un contexto determinado, se puede medir por el grado de participación activa en este nuevo campo de relaciones y mediaciones. Tomando consciencia de su función, y sobretodo, de un cambio significativo de mentalidad para influir en los procesos de toma de consciencia. Se trata de pasar de una estrategia de pasividad y espera de la acción del Estado, al análisis del recurso disponible y a la creación de estados de opinión para la generación de nuevas políticas y nuevos consensos”.⁸⁵

Entonces tenemos que, para la construcción de políticas culturales es necesaria la participación activa tanto de las instancias culturales como de los sectores y comunidades donde estas vayan a ser aplicadas. El proceso debe propender al diálogo y a la toma de decisiones en pro en todas las circunstancias del desarrollo cultural el cual puede tener objetivos económicos, sociales y de reivindicación.

Pero además de las voluntades de participación, el estudio del contexto en el que se espera incidir con una política es fundamental antes de su elaboración, este estudio dará como resultado las prácticas culturales de una región o localidad determinada.

Otro punto neural en el desarrollo de una política es el grado de conocimiento que se tiene del tema de la política y del campo donde será aplicada, esto se resume en un diagnóstico de la información sobre los índices sociales de determinado lugar.

⁸⁴ ALFARO, Rosa María. “Ciudadanos culturales y mediáticos, escondidos en la formalidad democrática”. Vol. 2. Sage Publications Ltda. Londres 2006. Págs. 299-313

⁸⁵ MARTINELL, “Alfons. Agentes y políticas culturales: Los ciclos de las políticas culturales”. INTERARTS. Observatorio de Políticas Culturales Urbanas y Regionales. Barcelona 2000. Pág. 7.

No obstante requisito previo para esta articulación de voluntades es una reconstrucción del sentido de la democracia y de la participación.

Los nuevos paradigmas en torno a lo cultural dan paso a la demanda de nuevas formas de acción que sitúen a la población en el centro de los procesos creativos. A través de la reinterpretación democrática del patrimonio, la creación artística comunitaria o la participación en la gestión de actividades y equipamientos culturales, se desarrolla la capacidad crítica de la población y se despliega el pleno significado de la ciudadanía.

El gran reto en la actualidad es encontrar la forma de transformar las políticas culturales fruto de una visión de modernidad que ya ha hecho crisis, para transitar a la defensa de los derechos culturales individuales y colectivos, al reconocimiento de la diversidad, para abrir cause a la democracia y al desarrollo equilibrado.

1.7.3 Las Políticas Culturales en el Ecuador

Las políticas culturales del país comenzaron su creación Desde julio de 2008 hasta abril del 2009, tiempo en el que se implementaron 11 talleres de construcción, 5 de convocatoria internacional con la participación de expertos en el manejo de políticas públicas de países como Chile, Argentina, México, Colombia, entre otros; y, 6 talleres nacionales con la participación de expertos locales sobre el tema.

En la actualidad existen seis ejes temáticos en torno a los que se definen las políticas culturales desde el Ministerio de Cultura, ente máximo regulador de la actividad cultural en el Ecuador. (ANEXO 1)

CAPÍTULO II

EL PANORAMA DE LA COMUNICACIÓN Y GESTIÓN CULTURAL EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA DESDE EL AÑO 2000 AL 2010

2.1 MARCO LEGAL DE CULTURA Y COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

Los últimos diez 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, dando apertura a las privatizaciones; 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 ha 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 90,⁸⁶ 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 en estos últimos no ha resultado una tarea fácil y se sigue haciendo un símil entre la gestión de recursos para la organización de

⁸⁶ 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.

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. Dos meses después convocados por el Convenio Andrés Bello (CAB), El Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultural (IPANC), la Universidad Andina Simón Bolívar y la Plataforma Internacional de Gestores Culturales Proyecta Cultura, se realiza en Quito el I Encuentro Internacional “Diversos y Alternos: la Gestión Cultural en América Latina”. Resultado de ello se estableció la Declaración de Quito donde se reconoce la necesidad de un trabajo de gestión relacionado con la mediación entre los diversos actores que componen el complejo entramado de la cultura en la región, se sugiere la importancia de entender el intercambio simbólico que supone la construcción y transformación de la cultura a diario, y se establece que el diálogo es la estrategia para alcanzar los objetivos de desarrollo cultural. Por otra parte se delinean las pautas del trabajo de la gestión cultural, y es allí donde se manifiesta que dada la complejidad de las relaciones culturales en América Latina la diversidad debe ser considerada el eje fundamental desde el que se articule el trabajo en cultura.

Así también, el Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2009-2011, especifica en su OBJETIVO ESTRATEGICO 7 la construcción y fortalecimiento de espacios públicos, interculturales y de encuentro común, para su consecución se han delineado las siguientes estrategias: Democratizar la oferta de expresiones culturales diversas, asegurando la libre circulación, reconocimiento y respeto a las múltiples identidades sociales. Impulsar la producción y difusión de bienes y servicios culturales. Garantizar a

la comunidad el ejercicio de la comunicación libre, intercultural, incluyente, responsable, participativa y diversa. En este sentido se toman en cuenta dentro del tema comunicativo: la libertad de expresión, el uso democrático de frecuencias, el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación TIC'S, la presencia de productos culturales en los medios, la difusión de contenidos que oferten servicios culturales, la responsabilidad educativa de los medios y la producción e incentivos para medios alternativos locales.

En tanto el OBJETIVO ESTRATÉGICO 8 plantea: Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas la pluriculturalidad y la interculturalidad. Para ello considera ampliar los espacios de diálogo y comunicación permanentes entre los distintos pueblos y nacionalidades, comunidades y grupos cultural y socialmente distintos, que garanticen relaciones interculturales en la sociedad.

De la misma forma la Constitución Política del País del 2008,⁸⁷ define una serie de derechos culturales en los que se puede interpretar lo que desde este documento se define como cultura.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

⁸⁷ Constitución del Ecuador. 2008. Sección Cuarta Cultura y Ciencia.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Asimismo establece y delinea las competencias y conformación de un Sistema Nacional de Cultura:

Sección quinta

Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 378.- El sistema nacional de cultura estará integrado por todas las instituciones del ámbito cultural que reciban fondos públicos y por los colectivos y personas que voluntariamente se vinculen al sistema.

Las entidades culturales que reciban fondos públicos estarán sujetas a control y rendición de cuentas.

El Estado ejercerá la rectoría del sistema a través del órgano competente, con respeto a la libertad de creación y expresión, a la interculturalidad y a la diversidad; será

responsable de la gestión y promoción de la cultura, así como de la formulación e implementación de la política nacional en este campo.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.
2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.
3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.
5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.
6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.
7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.
8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural.

Mientras que en lo relacionado a cultura el documento establece que:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas

libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelar que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.
7. El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario.
11. El derecho a guardar reserva sobre sus convicciones. Nadie podrá ser obligado a declarar sobre las mismas. En ningún caso se podrá exigir o utilizar sin autorización del titular o de sus legítimos representantes, la información personal o de terceros sobre sus creencias religiosas, filiación o pensamiento político; ni sobre datos referentes a su salud y vida sexual, salvo por necesidades de atención médica.
18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.
19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.
20. El derecho a la intimidad personal y familiar.
21. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; ésta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los asuntos ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación.
23. El derecho a dirigir quejas y peticiones individuales y colectivas a las autoridades y a recibir atención o respuestas motivadas. No se podrá dirigir peticiones a nombre del pueblo.
24. El derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.
25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioléctrico, el agua, y los demás que determine la ley.

Asimismo, en lo relacionado a comunicación consagra que:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

2.2 CONTEXTO GENERAL DE CULTURA Y COMUNICACIÓN EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Oficialmente llamada Provincia de Pichincha, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Quito es su capital administrativa y también es la ciudad más poblada de su región. Sus límites comprenden NORTE: Imbabura y Esmeraldas; SUR: Cotopáxi y Los Ríos; ESTE: Sucumbíos y Napo; OESTE: Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas.

De acuerdo al censo de población y vivienda 2010 la Provincia cuenta con una población de 2'165.662. La provincia está dividida en ocho cantones: Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de Quito, Rumiñahui y San Miguel de Los Bancos.

La provincia es un centro de atracción migratoria interna y externa, con una población mayoritariamente mestiza que practica como lengua oficial el idioma castellano, con una configuración poblacional caracterizada por su diversidad cultural de poblaciones de distintos orígenes a nivel nacional e internacional. En el componente endógeno étnico se caracterizan y destacan los pueblos y nacionalidades indígenas que practican la lengua kitchwa, y la presencia e identidad del pueblo Kitukara, y una parte población afroecuatoriana.

En la capital de la provincia Quito, el dinamismo de las artes se evidencia mediante la presencia y oferta de festivales, ferias y fiestas. En los cantones se observa la presencia de un sin número de colectivos y centros culturales, así como manifestaciones que se derivan de celebraciones ancestrales y religiosas como las fiestas de San Pedro, el Corpus Cristi, los solsticios y equinoccios, etc. Así como manifestaciones artesanales principalmente ubicadas en Pedro Moncayo, Cayambe y Mejía.

De acuerdo al Observatorio de Medición e Impacto de las Políticas Culturales, el eje comunicacional está dirigido principalmente a la difusión de las actividades, para visibilizar y posicionar en la opinión pública el trabajo que emprenden los organismos de cultura.

En la provincia se articulan en el trabajo de cultura dos entes rectores: La Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura y la Dirección de Educación y Cultura del Gobierno de la Provincia, las acciones de los cantones se articulan a ellos mediante las direcciones municipales de cultura y los vocales de cultura de las juntas parroquiales.

En el tema comunicativo no existen entes provinciales sino que cada cantón maneja direcciones de comunicación que se dedican de forma exclusiva a la creación de productos de difusión.

La Secretaría de Cultura del Municipio de Quito, es el único organismo con esta denominación y tiene como objetivos estratégicos la democratización de la cultura, la apropiación de los espacios públicos y la consideración de la cultura como un derecho ciudadano.

Mientras que la Casa de la Cultura núcleo Pichincha se especializa en la difusión de las artes, la administración de sus museos y salas de exposición y la creación de una agenda de eventos culturales la mayoría gratuitos para la población.

2.3 LAS INSTITUCIONES DE CULTURA DE LA PROVINCIA

Como ya se mencionó en la fundamentación teórica del presente trabajo la forma en la que opera la gestión cultural y la comunicación como alternativa de fortalecimiento de la misma, obedece a las definiciones que de estos términos se maneje en cada lugar.

Es por esta razón que a continuación se presenta un análisis de las instituciones de cultura de la provincia para analizar sus formas de articularse con la colectividad en los últimos diez años, y determinar si sus estrategias de comunicación han logrado procesos de participación. Asimismo, el análisis de los escenarios y gobiernos locales donde se ejecutó el “Proyecto niñas, niños y jóvenes en el fortalecimiento de espacios culturales a través de intercambios y creación de redes en la Provincia de Pichincha” y las estrategias de comunicación utilizadas en el mismo servirán de punto de partida para la creación de una metodología que posicione a la comunicación como estrategia de fortalecimiento de la gestión cultural.

2.3.1 Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura

La Dirección Provincial de Pichincha es una estructura orgánica funcional del Ministerio de Cultura enfocada a facilitar los procesos para los cuales este Ministerio ha sido creado, que comienza a actuar desde el primer día del mes de diciembre del año 2007.

El equipo de trabajo está conformado por once servidores y servidoras públicas con estrategias de intervención que pretenden aportar en la consecución de un Ecuador creativo y garante de su memoria, generando espacios de encuentro entre ciudadanos y ciudadanas con igualdad de oportunidades de expresión en un escenario de equilibrio social y respeto por las diferencias.

2.3.1.1 Objetivo General:

Generar procesos participativos desde lo local identificando necesidades e iniciativas vinculadas a lo cultural bajo una dinámica de concertación entre agentes que interactúan en la localidad, articulados a políticas y programas del Ministerio de Cultura de manera coordinada y articulada entre instituciones, autoridades y ciudadanía fomentando el desarrollo cultural de la Provincia.

2.3.1.2 Organización

Los y las servidoras públicas de la Dirección Provincial tienen la nominación de Activistas Culturales, con el propósito de ampliar la gestión cultural en la provincia, se ha organizado territorialmente la provincia con un o una activista responsable de la gestión cultural local.

Existen dos equipos de trabajo teniendo responsabilidades definidas, un equipo coordina los proyectos internos y el otro equipo da seguimiento y acompañamiento a los proyectos externos.

2.3.1.3 Modo de trabajo

Se trabaja por medio de planificación anual, el Plan Operativo Anual del 2010 trabajó tres proyectos provinciales y dos proyectos regionales de la sierra centro, enmarcados en los cuatro eje estratégicos del Ministerio de Cultura: Interculturalidad, Patrimonio y Memoria, Espacio Público y Promoción creativa.

En este contexto se están ejecutando los tres proyectos provinciales:

- Implementación de Agendas culturales locales
- Generación de espacios de diálogo e integración que contribuyan al fortalecimiento de las identidades de niños, niñas y jóvenes.
- Culturas Juveniles

Dos proyectos regionales:

- Movilidad para el intercambio Cultural Regional
- Registro documental Audiovisual de memoria – patrimonio intangible de la sierra centro del Ecuador.

2.3.1.4 Actores e instituciones involucradas

La Dirección Provincial busca constantemente aliarse con otras instituciones, colectivos y actores para fortalecer su gestión, esto permite que exista una democratización del trabajo cultural, entre los principales aliados se encuentran: Gobiernos autónomos descentralizados, Defensoría del Pueblo, INFA-MIES, Ministerios de Educación, de Deportes, de Salud, de Agricultura y Ganadería, de Turismo, Secretaria de los Pueblos, DINAPEN, CONSEP, CNNA, Secretaria del Agua, SENAMI, Universidad Salesiana, Alterego, La Huella, ACNNA, Juntas parroquiales, Fundación Azúcar, etc.

2.3.1.5 Gestión Cultural

La gestión cultural que promueve la Dirección Provincial está direccionada a la creación de políticas públicas que sostengan los procesos implementados, para que de esta manera se tornen reales y sean en función de las demandas ciudadanas.

“La Gestión Cultural es la capacidad de orientar y potenciar el desarrollo cultural de la provincia de Pichincha, articulando capacidades y recursos en función de generar Políticas Culturales Públicas, articuladas a los Ejes Estratégicos y Programas del Ministerio de Cultura de manera coordinada y articulada entre instituciones, autoridades y ciudadanía, en función de atender de manera mancomunada los problemas, y de forma participativa tratar líneas de acción que proyecten el trabajo, para que en un mediano y largo plazo tengamos condiciones reales de desarrollar las expresiones culturales, atender la memoria social, el patrimonio, los saberes, la libre expresión y circulación en los espacios públicos en pleno diálogo intercultural”⁸⁸

⁸⁸ JARRÍN, Beatriz. Directora Provincial de Pichincha Ministerio de Cultura. Entrevista realizada en diciembre del 2010

Desde esta perspectiva la Dirección impulsa procesos de participación ciudadana que permita trabajar agendas locales con los diferentes cantones y sean los actores los que demanden el trabajo a realizarse en el sector.

Se genera procesos participativos locales (encuentros ciudadanos, talleres, donde se abordan temas relacionados a derechos culturales, interculturalidad, patrimonios, memoria social e histórica, entre otros) identificando problemas e iniciativas vinculadas a lo cultural bajo una dinámica de concertación entre agentes que interactúan en la localidad, se analiza estos temas como base de un nuevo proceso de información, aprendizaje de conocimientos y herramientas que aportan al fortalecimiento y sostenibilidad de la gestión cultural de la provincia de Pichincha.⁸⁹

Cuando se le preguntó a Jarrín sobre el gestor cultural, afirmó que este debe ser un mediador en el trabajo cultural local.

“Significa tener las capacidades y competencias para aportar en la construcción de una nueva ciudadanía cultural que fomenta la participación como un derecho y una responsabilidad, dinamizar procesos y acciones vinculadas al uso de los espacios públicos, sensibilizar mediante la expresión artística hechos relevantes con la memoria social, fomentar la circulación y acceso de productos y bienes culturales, aportar en la formación de públicos, realizar acciones que dinamicen la actividad cultural local”.

También acotó que es importante que el gestor sea un activista que impulse, articule como gestor pero a la vez medie y facilite procesos, es por esta razón que los funcionarios del departamento son denominados Activistas culturales. En este marco todos tendríamos la capacidad de ser gestores.

“Todos estamos aptos para gestionar, en la medida que se aporte, se tenga un rol activo y una actitud propositiva en el desarrollo cultural local, desde la nueva concepción de cultura, reemplazando los viejos esquemas por la visión del otro como sujeto de derechos culturales”.⁹⁰

⁸⁹ JARRÍN, Beatriz. IDEM

⁹⁰ JARRÍN, Beatriz. IDEM

2.3.1.6 La Comunicación en la Institución

En cuanto al papel de la comunicación la Dirección considera que es fundamental desde el criterio que la información es poder, y la comunicación adecuada oportuna, democratiza el conocimiento y rompe con los grupos de poder. La comunicación que se maneja esta direccionada a informar sobre los diferentes procesos y utilizan el diálogo como herramienta para generar participación. Los proyectos de la Dirección Provincial cuentan con un componente comunicativo fundamental para socializar, motivar y comprometer en la gestión cultural a los diferentes actores sociales.⁹¹

La principal forma de vincular a la ciudadanía a estos procesos es mediante la creación de redes de gestión cultural a través de la capacitación con el propósito de optimizar recursos. Sin embargo, existan varias limitaciones, debido a que las redes se sostienen desde los actores y se necesita un alto grado de compromiso por parte de los gestores que intervienen. Jarrín afirma que lo más importante es que los gestores dejen atrás esa idea paternalista hacia la institución y tomen estos proyectos como un incentivo para continuar con la gestión.

2.3.2 Dirección de Educación, Cultura y Deportes Municipio de Cayambe

Ema Capelo, directora del departamento señala que el trabajo cultural está marcado por la línea de acción, visión e interés de la persona que esté a cargo y desde luego desde los conceptos de cultura que se manejen. Nuestro interés son los niños y la comunidad, rescatando la cultura y trabajar en la recuperación de la memoria histórica y social⁹².

La dirección considera a la cultura como un eje transversal que se debe trabajar en el campo de la educación, es por esta razón, que el trabajo que realiza la institución esta estrechamente ligado a escuelas y colegios del sector, tanto rurales como urbanos. Los niños y jóvenes se convierten en elementos claves en torno al trabajo cultural del sector porque son beneficiarios de la gestión realizada y al mismo tiempo se les motiva a gestionar la cultura de su sector.

⁹¹ JARRÍN, Beatriz. IDEM

⁹² CAPELO, Ema. Directora de Cultura Municipio de Cayambe. Entrevista realizada en febrero del 2011

Para Capelo, la gestión cultural son los programas y proyectos que se tiene con los diferentes actores del sector, pero recalca que es sumamente importante realizarlo a nivel local y no centrar todo en Cayambe, debido a que las parroquias del sector tienen mucha riqueza cultural.

La planificación de la Institución se la realiza cada año y se incluyen proyectos y programas para trabajar en todas las parroquias y comunidades del sector. Para Ema Capelo el ideal sería que las propuestas nazcan desde los diferentes actores y gestores del cantón y evidenciar una verdadera participación ciudadana, sin embargo comenta que existe debilidad en torno al tema.

“La ciudadanía no está organizada debidamente, sus propuestas no tienen mucho peso, son en función de un grupo, suelen ser muy ambiciosas y no se adaptan a presupuestos y las concepciones de cultura que se manejan solo las relacionan a danza y teatro, entonces eso limita bastante”.⁹³

Las instituciones como el Ministerio de Cultura se han convertido en aliados estratégicos que han permitido trabajar talleres con la localidad en torno a conceptos de cultura y participación. Por otro lado la comunicación es un factor clave para el trabajo de la institución

“Me parece muy importante en todo aspecto para que la ciudadanía esté informada de todo lo que se realiza y así participe, se realiza perifoneo, invitaciones personales, y se utiliza a los medios locales. Así se convoca a eventos y a participar en talleres, también a través de reuniones con la gente que se ha trabajado para que nos ayuden a concienciar en torno a la cultura y sobre todo para entender a la cultura del sector”.⁹⁴

Cuando se le preguntó sobre el gesto cultural Capelo afirmó que:

“Gestor es aquella persona que investiga la cultura local, cantonal incluso también nacional y una vez que investiga socializa y se encarga de intercambiar la cultura entre diferentes localidades y cantones. Todos somos gestores, debido a que,

⁹³ CAPELO, Ema. IDEM.

⁹⁴ CAPELO, Ema. IDEM.

constantemente estamos haciendo cultura y la cultura no es para uno sino para socializar y así todos conozcamos lo que se hace en nuestras localidades y en otras partes”.⁹⁵

Para la Dirección de Educación, Cultura y Deporte el tema cultural está cambiando en el cantón desde las concepciones hasta el trabajo, comenta que el acceso hoy es más amplio y permite involucrar nuevos actores, esto se ha convertido en un reto que se lo realiza con pequeños pasitos hacia un gran objetivo, el de vincular a todos los actores en el proceso.

2.3.3 Dirección de Comunicación y Cultura Municipio de Pedro Moncayo

El Municipio de Pedro Moncayo se encarga de la administración de cuatro parroquias: Tocachi, Malchinguí, La Esperanza y Tupigachi, y la cabecera cantonal Tabacundo. El cantón se encuentra aproximadamente a 50 km de la ciudad de Quito, y su extensión es de 339,10Km². Su población según el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2001 asciende a 25.684 habitantes, que corresponde al 1,1% de la población de la provincia de Pichincha. En cuanto a las autoridades locales de cultura, la municipalidad cuenta con la Comisión de Cultura y Fiestas y la Dirección de Comunicación y Cultura.

En un contexto general puede apreciarse un marcado interés en la creación por parte de la sociedad civil de: asociaciones, colectivos y centros culturales. Solo en Tabacundo se registran un total de cinco colectivos y tres centros culturales.

2.3.3.1 La gestión cultural y la comunicación en el gobierno local de Pedro Moncayo

Para Liliana Navarrete directora de Cultura y Comunicación del Municipio, la cultura y comunicación se definen como:

“Todo intento por recuperar los valores tradicionales y la memoria del cantón, con el fin de trabajar en la identidad del sector. Y la comunicación es vista como la difusión de las

⁹⁵ CAPELO, Ema. IDEM.

actividades emprendidas por esta dirección, a fin de que la población conozca la gestión del Municipio”.⁹⁶

En el tema de gestión cultural Navarrete advierte que el significado de gestión proviene de la forma en la que se “administran” los recursos tanto materiales, financieros y humanos, encaminados a la consecución de un fin. Sin embargo, también la Dirección ha adoptado una forma de gestionar desde la comunidad. Para la funcionaria:

“Nosotros gestionamos la cultura desde nuestros ancianos, porque son ellos los que conocen este cantón de la mejor forma y son ellos quienes pueden heredar ese conocimiento, gestionar la cultura es transmitirla y recuperarla”.⁹⁷

No obstante, advierte sobre el freno de los procesos de desarrollo cultural de la zona debido a la falta de participación de la colectividad, pues desde su experiencia reconoce que son pocos los actores que se vinculan a los proyectos propuestos por esta entidad.

En cambio para la concejala Verónica Gallardo presidenta de la Comisión de Cultura del Municipio, el cantón atraviesa una situación crítica en el tema cultural, pues de los cerca de \$30 mil que se destinan a la creación de proyectos vinculados a la comunidad, tan solo el 20% es utilizado anualmente y el resto retorna al Ministerio de Finanzas pues no existe articulación entre los actores culturales de la zona y la Dirección de Cultura.

“En este Municipio el principal obstáculo que enfrentamos son las visiones obsoletas de cultura, pues en los planes anuales está tomada en cuenta por las fiestas de cantonización y las celebraciones religiosas, lo cual no está mal pero limita mucho el trabajo que se quiere realizar orientado al desarrollo. La comunicación por otro lado es la difusión de esas actividades, lo que represente publicidad para el alcalde”.⁹⁸

⁹⁶ NAVARRETE, Liliana. Directora de Comunicación y Cultura Municipio de Pedro Moncayo. Entrevista realizada en febrero del 2011.

⁹⁷ NAVARRETE, Liliana. IDEM.

⁹⁸ GALLARDO, Verónica. Concejala Presidenta de la Comisión de Cultura y Fiestas del Municipio de Pedro Moncayo.

Esta opinión es compartida por el concejal Frank Gualsaquí, para quien “los puentes de comunicación entre autoridades y colectividad están rotos”⁹⁹.

“La cultura en Pedro Moncayo no ha sobrepasado el tema de los rituales religiosos, el único trabajo que se ve en este tema es la organización de las Fiestas de San Pedro, que se dice son la expresión máxima de la cultura del cantón, pero tras de ello no existe un proceso de apropiación de esa celebración o de deconstrucción de ese discurso. Por otro lado tenemos una gran participación ciudadana en el tema de cultura, pero hasta ahora ha sido imposible articularla a proyectos municipales, porque estos se construyen desde las necesidades de las autoridades y no de la comunidad”.¹⁰⁰

Desde la observación realizada a los modos en que la colectividad y las autoridades de cultura se relacionan se pudo constatar que si bien en el cantón priman procesos de participación y que desde la ciudadanía se han implementado formas de reivindicación de la cultura, desde el Municipio ha sido difícil articularse, pues tanto sus definiciones de cultura y comunicación no han sobrepasado los paradigmas funcionalistas.

2.3.4 Casa de la Cultura Ecuatoriana

La Casa de la Cultura (CCE) creada en el año 1944 se define como una institución orientada a fortalecer el devenir histórico de la patria y cuyo fundamental propósito busca dirigir la cultura con espíritu esencialmente nacional, en todos los aspectos posibles a fin de crear y robustecer el pensamiento científico, económico, jurídico y la sensibilidad artística de la colectividad ecuatoriana.

Y presenta como objetivo primordial: Preservar, promover, fomentar, investigar, y difundir el arte, ciencia y patrimonio cultural ecuatoriano, con la inserción social institucional, para el fortalecimiento de la identidad nacional. Ser referente a nivel nacional e internacional, con autonomía en el desarrollo y proyección del arte, ciencia y patrimonio cultural ecuatoriano, con personal comprometido, de elevada capacidad

⁹⁹ GUALSAQUÍ, Frank. Concejal Integrante de la Comisión de Cultura y Fiestas del Municipio de Pedro Moncayo.

¹⁰⁰ GUALSAQUÍ, Frank. IDEM.

profesional, ética y moral, sistemas de gestión efectivos, tecnología e infraestructura moderna y participación de la sociedad.

2.3.4.1 La visión de cultura de la CCE

En el mensaje del director de la CCE Marco Antonio Rodríguez, publicada en su portal web se enuncia que:

“La cultura ya no es más sinónimo de las ‘bellas artes’ (literatura, pintura y música), es todo un amasijo que supone los signos propios, subjetivos y físicos (materialidad), intelectivos y afectivos que cuajan a una nación. No más ese reduccionismo absurdo que creía que cultura constituía la ‘expresión de las artes y de las letras de un país’. La cultura ha ido acumulando casi todo: las conductas, los derechos axiales de los seres humanos, los prontuarios de valores, tradiciones, usos y costumbres de los pueblos”.¹⁰¹

No obstante esta afirmación, la CCE se ha inclinado por ofrecer espacios para el desarrollo de exposiciones de pintura, obras de teatro, cine y espectáculos masivos la mayoría de ellos gratuitos.

Martha Palacios Directora de Comunicación de la CCE afirmó que si bien el concepto de cultura se ha transformado con el paso del tiempo hacia un sentido más antropológico, para la institución es importante seguir manteniendo la línea de las artes y con ello la creación de productos culturales como recitales, conciertos, muestras pictóricas, edición de libros, etc., para impulsar el desarrollo de talentos nacionales y que estos a su vez sean validados por el público del país. En este sentido referirse a cultura desde la CCE supone verla desde la producción de bienes y su oferta en un mercado.

2.3.4.2 La gestión cultural

De acuerdo a las autoridades de la CCE la gestión debe traducirse como todos los caminos por medio de los que se busca lograr el acceso de la cultura para el mayor número de ciudadanos, gestionar es el intento por la democratización de los espacios,

¹⁰¹ <http://cce.org.ec/index.php?id=23>

por medio de la difusión de sus actividades como de las posibilidades de conseguir auspicios de parte de la institución.

La gestión de la CCE se traduce también en números. En un período de un año, se han realizado un total de 224 eventos culturales en sus diversas manifestaciones, que han merecido difusión y comentarios por parte de los medios de comunicación social del país.

La mayoría de los eventos llevados a cabo en las instalaciones de la Casa han sido organizados por la Institución, así como por grupos y personas particulares que han solicitado auspicio.

Eventos artísticos como “Domingos en Familia”, que se realiza el último domingo de cada mes en el Ágora de la CCE, y “Esta Casa sí Camina”, que transita por Quito, así como por cantones y parroquias de la provincia de Pichincha, han permitido desde la visión de la CCE potenciar las manifestaciones artísticas con la presencia de grupos de teatro, de música y de danza. 096530524 098114952

La CCE posee diversos departamentos que se orientan a gestionar de forma individual determinada actividad, así tenemos las distintas unidades de Museos que desarrollan actividades de promoción, educación, conservación e investigación, con el objetivo de incrementar el acervo museográfico con la adquisición de obras de pintores nacionales y extranjeros, como apoyo en la difusión del arte.

En la salas Benjamín Carrión y Jorge Icaza se presentan anualmente más de 50 intelectuales, escritores y artistas de diversas zonas del país. En la sala Demetrio Aguilera Malta y en el Teatro Prometeo las obras de teatro y danza, el lanzamiento de libros y CD’ s, las conferencias, congresos, festivales de teatro y títeres, así como los festivales de música, tienen acogida importante de la comunidad quiteña.

El Teatro Nacional y el Ágora son los escenarios mayores con que cuenta la CCE. Durante el año anterior se han presentado más de 70 artistas de talla internacional, y ha cedido su espacio para congresos, conferencias, galas artísticas, y bienales de diversa índole.

En cambio la cinemateca guarda en sus archivos todas las piezas filmográficas producidas en el país, en sus diversas salas se proyectan alrededor de 50 películas del cine ecuatoriano pero también internacional.

Y finalmente, la publicación es otra de las actividades que requieren de gestión. Libros de prosa, poesía, novela, ensayo son editados e impresos con los recursos de la CCE. Solo el año anterior vieron la luz 42 títulos, a un promedio de casi uno libro por semana. Asimismo, la CCE espera la participación activa de jóvenes escritores, para que sean sus trabajos los que sean publicados.

2.3.4.3 La comunicación

Palacios afirmó que aún cuando es evidente que comunicación y cultura van de la mano y la una es condición de la otra, en el caso de esta institución la comunicación debe ser utilizada desde su vértice difusionista, pues al ser la CCE una entidad dedicada al desarrollo de las artes y a la producción de bienes culturales, como hemos notado en el resumen de las actividades que realizan, los públicos y su asistencia a los eventos organizados es de vital importancia y es lo que mide el impacto positivo o negativo de un evento.

En este sentido para esta organización la gestión de la cultura es considerada como la comunicación (difusión) de las actividades que emprende, lo cual para Palacios se refleja en la presencia de la CCE en los medios de comunicación, y la eficacia de esa gestión se mide en el grado de participación (asistencia) de la colectividad.

En los últimos 10 años, de acuerdo a las autoridades entrevistadas, esta forma de gestión desde la difusión ha permitido que estas manifestaciones artísticas alcancen cada vez

públicos más grandes, esto se ha reflejado en eventos con lleno total de las localidades, visitas más concurridas a sus salas de exposición, mayor demanda de publicaciones, nuevas propuestas de artistas ecuatorianos y extranjeros, y una articulación con otras entidades de cultura de la provincia.

2.3.5 Secretaría de Cultura del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Desde su definición, la Secretaría de Cultura es la encargada de generar políticas culturales del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) y es la conductora de procesos de desarrollo cultural equitativo y participativo.

Desde el portal web de esta institución tenemos que:

El enfoque de esta Secretaría se dirige a la facilitación, investigación, teorización, propuestas y ejecución de ejes culturales validados desde Políticas coherentes e incluyentes. La gestión cultural no se refiere solamente a la producción y consumo de bienes culturales y artísticos, sino a la construcción de un modelo de desarrollo desde y para la gente, acorde con su propia realidad y aspiraciones. La rendición de cuentas, es un hecho ciudadano y por ello unimos nuestro esfuerzo para que sea transparente y justa. Son crecientes los aportes al campo de la cultura, debido al carácter móvil, dinámico y dialéctico de sus concepciones; la riqueza está en la discusión y en lo diverso de opiniones y contradicciones.¹⁰²

Las actividades que están bajo la responsabilidad de esta entidad son:

- **PROGRAMA DE FOMENTO CULTURAL**

Al momento se está realizando la estructuración e implementación del Fondo Distrital de Cultura con el fin de apoyar el fomento a la lectura a la población del Distrito Metropolitano de Quito, y a su vez se ha programado realizar la convocatoria para 16 premios y concursos, culturales, de esta manera reconocer los productos culturales de los gestores comunitarios.

¹⁰²

<http://www.quito.gov.ec/el-municipio/secretarias/secretaria-de-cultura.html>

- **PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD CULTURAL**

A través de las administraciones zonales se coordina la participación en procesos de diálogo, investigación y formación con el fin de generar insumos para divulgación.

Además se establece el documento de políticas culturales distritales y el mapa de Actores e Infraestructura Cultural del DMQ.

- **PROGRAMA CULTURA Y ESPACIO PÚBLICO**

Dentro de este programa se realiza diferentes programaciones culturales anuales dedicadas a la comunidad del Distrito:

1. Fiestas y celebraciones del Distrito
2. Programación "Fiestas de Quito"
3. Programación "Bicentenario/Velada Libertaria"
4. Programación "Quito Verano"
5. Programación "Carnaval del DMQ"
6. Programación "Festivales internacionales"
7. Programación "Festivales y encuentros intercolegiales"
8. Programación "Semana Santa Quiteña"
9. Programación "Retretas Banda Municipal."
10. Programación "Retretas Bandas Parroquiales"
11. Programación "Festivales Afroecuatorianos"
12. Programación "Festivales Ancestrales"
13. Programación "Culturas Urbanas"

Además de brindar a la ciudadanía el servicio de aprobación de espectáculos públicos para su ejecución.

- **PROGRAMA CENTROS CULTURALES METROPOLITANOS**

1. Centro Cultural Amaguaña
2. Centro Cultural Quitumbe
3. Centro Cultural Calderón"

Con el fin de ampliar los centros culturales metropolitanos por la demanda existente en la comunidad, se está realizando un estudio de oferta y demanda cultural en cada lugar

con el fin de crear estos tres centros y elaborar los procesos de diseño y construcción de cada uno.

- **PROGRAMA DIVULGACION CULTURAL DISTRITAL**

Este programa está enfocado en las agendas culturales del distrito, el mismo que consta de la programación cultural de diferentes gestores culturales para servicio de la comunidad, para lo cual se distribuirá en puntos estratégicos de encuentro de la comunidad.

2.3.5.1 La Cultura

Para Rodrigo Cajas encargado de Comunicación Institucional de la Secretaría, hablar de cultura en el Distrito Metropolitano de Quito, es adentrarse en una tarea compleja debido al contexto de la ciudad, por un lado está la cultura desde su sentido antropológico donde cultura son todas las producciones simbólicas creadas por el ser humano que permite la construcción de sujetos sociales, pero también supone un desarrollo artístico como herencia de los conceptos de la época de la Ilustración, y desde otro punto de vista está la transformación de la ciudad y como tal, el surgimiento de las culturas urbanas, de las nuevas formas de vincularse a la ciudad. Para referirse a cultura es necesario remitirse a la identidad y ello no solo desde su acepción ancestral sino en las nuevas identidades individuales y colectivas, la diversidad no solo desde los grupos étnicos sino desde los diversos grupos que convergen en la ciudad y desde como la comprensión de lo anterior deviene en interculturalidad, solo desde ahí será posible una lectura clara de lo que significa la cultura en una ciudad.

Sin embargo, Cajas advierte que todas las entidades vinculadas a la Secretaría están en la obligación de reflexionar y construir su propio término de cultura que englobe los parámetros anteriores, pero en donde se evidencia la finalidad de cada organismo. Además desde la visión de este funcionario, es todavía largo el camino de la Secretaría para determinar qué es lo que se debe definir como cultura, pues ella es siempre cambiante y su conceptualización quedará cada vez más corta debido a los cambios que experimenta la realidad social.

2.3.5.2 La Gestión Cultural

En esta dependencia es complicado establecer un único concepto de gestión cultural, puesto que en ella convergen otras instancias como la Fundaciones, Centros Culturales y las Direcciones de Cultura de las ocho Administraciones Zonales del Distrito, por tanto cada una delinearán sus formas de gestión en coordinación con sus objetivos, contextos, y actividades.

No obstante este panorama Cajas afirma que es importante recalcar que la gestión debe propender desde todas sus visiones al fortalecimiento de espacios culturales y sus actores y al acceso a los mismos de la comunidad. Es por ello que desde esta dependencia se manejan dos formas de gestión: la una se inclina hacia el apoyo directo hacia los gestores culturales (artistas, colectivos, etc.) por medio de un fondo económico que ayuda a financiar las actividades que estos realizan y se convierte en una forma de fortalecimiento. Desde esta perspectiva la gestión es vista como el apoyo que se le da a un gestor para que este pueda desenvolverse y ofrecer un beneficio a la comunidad.

Por otra parte en el Plan Operativo Anual (POA) que maneja la Secretaría se incluyen los Programas anteriormente mencionados, y dentro de ellos proyectos encaminados hacia la reactivación del espacio público con el fin de brindar un lugar donde el potencial cultural de los gestores pueda ser aprovechado, de este modo la producción de eventos que acerquen a los gestores con la comunidad es también otra forma de gestión.

Para este funcionario, además, no se puede hablar de gestión sin referirse a la comunicación, pues la promoción de estas actividades es la que acerca a la ciudadanía con el trabajo de la Secretaría, en este sentido se gestiona desde la difusión, pues la presencia de los públicos es vital.

2.3.5.3 La comunicación

En el tema de comunicación Cajas comenta que la intensión de esta área es la creación de una red que articule a los gestores culturales del Distrito con los funcionarios de la Secretaría y esta a su vez con los medios.

“Nuestra cultura es dinámica, se construye cada día y sus manifestaciones están en el diario quehacer nacional. No es una cultura aislada sino abierta a manifestaciones externas, sin que por ello se afecte nuestra soberanía e identidad nacional en la medida que las instituciones del Estado tengan la capacidad de preservar, apoyar y difundir nuestra cultura”.¹⁰³

Es por ello que para este funcionario el área de comunicación desarrolla diversas actividades y soportes que difunden los eventos y actividades de la entidad. Por un lado existe un área de Promoción, la cual se encarga de la producción de varios soportes de difusión como el periódico *Qulturas* que recoge una agenda detalla de las actividades culturales que semanalmente se llevarán a cabo en la ciudad, esta información proviene de los proyectos de la Secretaría pero también de los eventos desarrollados por actores externos.

La institución también considera la importancia de las redes sociales, por ello su página de Facebook y Twitter permite mayor interacción con el público interesado en actividades relacionadas a la cultura. Del mismo modo se produce un programa en Radio Municipal que informa a la comunidad sobre la agenda cultural de la semana y las propuestas de los gestores.

A pesar de que la Secretaría posee su propio departamento de comunicación, esta se articula con la Secretaría de Comunicación del Municipio, la cual es la encargada de la promoción oficial de las actividades municipales, y de dar la correcta imagen institucional en los medios. Desde la Secretaría de Cultura se emiten ayudas memoria o boletines de prensa para la agencia de noticias del Municipio manejada por la Secretaría de Comunicación y esta pone a circular determinado evento en los medios.

2.3.6 Dirección de Educación y Cultura Gobierno de la Provincia de Pichincha

La Dirección de Educación y Cultura es un departamento que pertenece al Gobierno de la Provincia (Consejo Provincial) su función es trabajar en torno a potenciar y apoyar actividades culturales dentro de la provincia de Pichincha. Las actividades que realizan

¹⁰³ CAJAS, Rodrigo. Director de Comunicación Institucional de la Secretaría de Cultura del Municipio de Quito. Entrevista realizada en febrero de 2011.

se las trabaja mediante un POA que cada año incluye actividades culturales de base, desde las artes plásticas, literatura y música; sin embargo, existen varios proyectos que los realizan mediante alianzas o convenios con otras instituciones como el Municipio, Ministerio de Cultura y gobiernos autónomos, y al mismo tiempo con particulares. En la actualidad el departamento está realizando algunas reestructuraciones que permitan realizar un trabajo más profundo del tema cultural.

2.3.6.1 Gestión Cultural

La Dirección de Educación y Cultura entiende la gestión cultural desde dos enfoques, el institucional que sería la forma de garantizar los derechos culturales de la ciudadanía desde el apoyo a la gestión cultural de los ciudadanos.

La gestión cultural como la capacidad de los colectivos de acceder a mecanismos para garantizar derechos culturales, la gestión se convierte en ese vehículo para que la institución se dedique a hacerlo desde el apoyo, acompañamiento y financiamiento y se obtengan resultados.¹⁰⁴

Y desde la ciudadanía, por medio del compromiso de los actores culturales de hacer validos sus derechos, en este punto la gestión se convierte en esa posibilidad de ejecutar acciones en torno al tema cultural conjuntamente con el Estado y la ciudadanía.

Para Naranjo es fundamental conceptualizar de manera adecuada cultura, para poder trabajar en torno al tema, es necesario entender la cultura “no solo como esa expresión de las artes como ese gran concepto direccionado a un desarrollo cultural”¹⁰⁵. Desde esta perspectiva la Dirección trabaja con aliados estratégicos, como gobiernos locales, juntas parroquiales, actores y colectivos de los diferentes cantones de la provincia, quienes permiten tener una visión más amplia de la cultura en cada sector.

2.3.6.2 La Institución y la Ciudadanía.

“Como Dirección llegamos con acciones propias del Gobierno de la Provincia. Por ejemplo, nuestra fortaleza es en el campo musical el cual ya tiene décadas y se ha llevado a varios

¹⁰⁴ NARANJO, Raúl. Director de Educación y Cultura Gobierno de la Provincia de Pichincha. Entrevista realizada en febrero de 2011.

¹⁰⁵ NARANJO, Raúl. IDEM

cantones proyectos a través de gobiernos locales descentralizados, por medio de convenios y trabajo con particulares, se hacen acuerdos, se analiza y si está dentro de la dinámica de trabajo y es posible aportar se empieza a trabajar”.¹⁰⁶

Existen varios proyectos fijos en la institución, uno de los más importantes es el incentivo a las fiestas populares el mismo que se trabaja con juntas parroquiales, que de acuerdo a esta entidad va más allá de organizar eventos, sino que se enfoca a planificar anualmente actividades para una construcción identitaria de las parroquias. Esto ha permitido que desde la fiesta se construya un referente de identidad del sector, y se revalorice la producción local.

En esta dinámica cada parroquia desde la fiesta va materializando su propia identidad y cultura, así se cumple uno de los objetivos primordiales del departamento, el aporte cultural dentro de los gobiernos parroquiales.

Otro proyecto importante de la institución es brindar espacios para exposición de artes plásticas en los diferentes cantones de la provincia, y al mismo tiempo trabajar galerías itinerantes que permitan llevar obras de un cantón a otro.

En el área literaria cuentan con varias producciones como la Colección Infantil, la revista Imaginarios y la Colección Cochasquí. La publicación es una forma de promocionar escritores jóvenes, e incentivar la lectura, del mismo modo al fomentar la literatura infantil se trabaja en el rescate de la tradición oral desde las leyendas e historias locales.

Otro fuerte de la institución es el área teatral por medio del “Teatro de Pichincha” conformado por niños y jóvenes, quienes trabajan obras infantiles, cuando se le preguntó a Naranjo sobre como accede la ciudadanía a estas actividades comentó que en el área musical tienen grupos profesionales que difunden y promocionan arte musical y llegan a acuerdos con gobiernos e instituciones, para capacitar con talleres, dar conciertos

¹⁰⁶ NARANJO, Raúl. IDEM.

especialmente con escuelas y colegios. Mientras que el área plástica y literaria es abierta al público.

Un proyecto reciente es el de las “Escuelas Itinerantes Pakari Pacha que se trabaja conjuntamente con el Ministerio de Cultura mediante un convenio, estas escuelas brindan herramientas técnicas para trabajar la gestión cultural de cantones y parroquias, se han realizado escuelas itinerantes en La Ruta escondida (Perucho), Cayambe (La Chimba), Tabacundo, entre otras. Resultado de estas escuelas ya se han recibido propuestas en la institución, que se vienen trabajando desde el año anterior.

El objetivo de las escuelas es brindar más conciencia técnica a las personas que realizan gestión cultural en cantones y parroquias de la provincia de Pichincha, y brindar herramientas para formular proyectos y gestionar recursos.

Durante tiempo han existido limitaciones para realizar propuestas culturales, no porque no existan iniciativas, sino porque las personas vinculadas al tema cultural especialmente de parroquias rurales, no han sabido elaborar sus propuestas desde una manera más técnica y planificada, esto también a limitado que se consigan recursos.

La escuela itinerante busca en estos lugares contar con un buen número de actores culturales locales, para brindar una idea de cómo elaborar un proyecto, cómo gestionar, dónde pueden hacerlo, así se amplía y multiplican, las alternativas de conseguir apoyo.

Estas escuelas aparte de brindar herramientas de trabajo en gestión cultural local, son una estrategia para el trabajo cultural provincial, debido a que a largo plazo se pretende construir una red de gestores que fortalezca y consolide el trabajo cultural.

Esto se vincula a otro eje de la institución, el de trabajar la cultura como un pilar de desarrollo económico social que se vincule a otros cantones. Para Naranjo ver la gestión como la posibilidad de trabajar una industria cultural es también una forma de potenciar el desarrollo económico local.

2.3.6.3 La comunicación desde el Gobierno provincial

En cuanto a la comunicación Naranjo comentó que no se ha explotado de la manera adecuada el tema comunicativo tanto en la institución como con los actores, menciona que la construcción de redes va desde lo interno, eso permite optimizar el trabajo y desde luego los recursos, es por eso que se ha propuesto desde la institución ir vinculando el trabajo cultural con otros departamentos, otras actividades por ejemplo con producción comunicación, ambiente, etc.

En cuanto a la comunicación con los diferentes actores, considera que ha sido únicamente difusionista y direccionada a llenar espacios

“Se debe ver a la comunicación, más allá de difusión de eventos y proyectos, se debe trabajar desde la comunicación y cultura como una relación constante”.¹⁰⁷

En este sentido se trabaja en la reestructuración institucional e implementación de varios proyectos que resignifiquen la forma de utilizar la comunicación en la Creación de espacios para difusión local (radios, periódicos, canales comunitarios) donde se promocionen iniciativas productivas de las diferentes localidades.

2.4 LA EXPERIENCIA DEL 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”.

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”, (ANEXO 1) 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.

¹⁰⁷ NARANJO, Raúl. IDEM

Sostener procesos en los que niños, niñas y jóvenes se formen, expresen, intercambien y hagan un uso del tiempo propio en torno a los ámbitos de la cultura y sus expresiones, son bastantes limitadas en general, y más aún a nivel del sector público. Así, los espacios que se desarrollan básicamente son efímeros, excepcionalmente la Casa de la Juventud del Patronato de Quito ha logrado sostener un espacios permanente para jóvenes alrededor de las expresiones artísticas y urbanas.

Este escenario es parte de la generalizada falta de espacios para niños, niñas y jóvenes en el ámbito cultural, escenario que es más crítico respecto a la casi nula oferta formativa en este sentido. Por otro lado, la visión con el que se desarrolla este tipo de actividades es básicamente dentro del ámbito artístico. Lo que deja de lado, el tratamiento de la amplia temática sobre la memoria social y patrimonio tangible e intangible.

Es por ello que el objetivo primordial del proyecto fue articular en torno al mismo a espacios culturales que ofertaran actividades para niños y jóvenes y fortalecerlos. 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.

A continuación se presenta tanto la historia de los cinco grupos como su forma de trabajo, sus conceptos de comunicación y cultura y la experiencia del proyecto.

2.4.1 Centro Cultural Anta Kara

Localidad: Cantón Pedro Moncayo. Parroquia Tabacundo

2.4.1.2 Historia y descripción del colectivo

En el cantón Pedro Moncayo uno de los colectivos culturales más representativos y vinculados con mayor fuerza a la comunidad es el Centro Cultural Anta Kara, formado oficialmente en el año 2008 pero cuyo trabajo se remonta desde hace seis años atrás cuando varias personas vinculadas a las artes empezaron realizando reuniones donde se debatía sobre la necesidad de brindar a la colectividad opciones de desarrollo artístico.

Es en el 2008 como ya se había mencionado se consolidó como colectivo, puesto que consiguen un espacio físico dónde desarrollar sus actividades y se autodenominan bajo el nombre de Anta Kara basado en la lengua kichwa ANTA = Cobre y KARA = Piel; siendo ANTA-KARA "Piel de Cobre", en homenaje a esos grandes hombres y mujeres de tez cobriza que dieron su vida por defender sus ideales y conservar su forma de vida intacta.

De acuerdo a José Méndez, líder del espacio la idea de conformar un colectivo surgió de la necesidad de tener un lugar de encuentro que las autoridades del cantón no habían propiciado, puesto que no existe en Pedro Moncayo hasta la actualidad espacios dónde la comunidad pueda acceder a temas relacionados con la cultura.

“Para nosotros la cultura es todo lo que está relacionado a la vida, es todo lo que hace el ser humano para complementarse con la naturaleza, nuestro concepto parte desde una visión más andina, donde precisamente esa relación con la naturaleza es lo que le permite al ser humano identificarse tanto individual como colectivamente. Luego de tener claro eso determinamos que cosas como la danza, el teatro y todo ese tipo de manifestaciones son solo el instrumento mediante el cual podemos reencontrarnos con la historia y acercarnos a la localidad”.¹⁰⁸

¹⁰⁸ MÉNDEZ, José. Gestor cultural de Pedro Moncayo. Integrante del colectivo Anta Kara. Entrevista febrero de 2011.

En este sentido y desde la definición de cultura que manejan los integrantes del centro su misión es: Integrar la Cosmovisión Andina: sus ritos, creencias, formas de vida, medicina, etc., con el diario vivir, a través del diálogo e intercambio de experiencias y conocimientos, para concienciar a las actuales y futuras generaciones sobre la corresponsabilidad para con la naturaleza; y, conjuntamente mantener acciones encaminadas a la conservación de la Pacha Mama (Madre Tierra).

Para los integrantes de Anta Kara el desarrollo cultural de su localidad se vuelve fundamental no desde un sentido económico sino desde el reencuentro de los habitantes del sector con su historia, sus lugares, sus tradiciones, su memoria, etc., por ello mantienen talleres permanentes de teatro donde desde la cotidianidad, desde las experiencias vividas por los integrantes del grupo se revaloriza el sentido de la localidad y las formas en como la tradición se articula con la modernidad. Así también los talleres de gastronomía tradicional denominados “Saberes y sabores” intentan reflejar las historias locales desde la preparación de alimentos y las relaciones que se construyen en este sentido. Por otro lado, la elaboración de artesanías se ha convertido en el sustento del colectivo pues no cuentan con ingresos públicos o privados, razón por la cual la mayoría de sus miembros no pueden dedicarse a tiempo completo a las tareas del centro y deben repartir su tiempo entre sus trabajos formales y el desarrollo del espacio.

En la actualidad el centro cuenta con cuatro talleristas permanentes, alrededor de diez voluntarios y un total de 70 personas que asisten a los talleres y actividades realizadas.

2.4.1.3 Las relaciones con la comunidad

El Centro Cultural Anta Kara mantiene una comunicación personalizada con los integrantes de la localidad, se siguen manteniendo las visitas a las residencias de los moradores de Tabacundo para promocionar las actividades que realizan. Pero también el colectivo ha llegado a posicionarse gracias a la utilización de cartelera informativa, afiches y a la inmersión en el mundo de las redes sociales, pues su página de Facebook

ha servido como vínculo entre quienes participan de los talleres y sus conocidos logrando difundir a mayor escala sus actividades.

Aparte del conocimiento que la localidad pueda adquirir de los talleres impartidos, estos se han tornado espacios donde se discuten temas de toda índole y se arman estrategias de autogestión del centro cultural. Las instalaciones de Anta Kara se han vuelto lugares de encuentro, es un espacio que la localidad ha adoptado como propio y de ahí que sea reflejo de un sistema participativo, donde se construye y transforma la cultura y las redes de comunicación a diario.

Para el colectivo la participación es vital en lo relacionado a la gestión, lejos de tomar el tema de la participación como la demanda de recursos o apoyo al gobierno local, esta es vista como las formas de integrar visiones y que estas se vean reflejadas en el trabajo diario, además sus integrantes coinciden en la importancia de las iniciativas de la colectividad en la gestión propia de sus recursos y talentos.

Desde el concepto manejado en el colectivo, la gestión cultural obedece a las formas de lograr que las herramientas utilizadas en sus actividades (talleres, contenidos), propendan a una comunidad más integradora, es decir, la gestión se vincula a los resultados obtenidos en los cambios de actitud de quienes participan en este proceso.

2.4.1.4 Las relaciones con las instituciones de cultura: Geográficamente cerca, dialógicamente lejos.

A pesar de que Anta Kara se ha constituido en un referente de la gestión cultural en el sector, las relaciones comunicativas que mantienen con las autoridades locales son casi nulas. En este sentido resulta una paradoja que aún cuando el centro cultural se encuentra físicamente frente a las instalaciones del Municipio de Pedro Moncayo en Tabacundo, no existen puentes de comunicación entre ambos. De acuerdo a los integrantes del colectivo desde que iniciaron sus actividades formalmente hasta ahora, no ha existido ningún tipo de trabajo en conjunto ni con Anta Kara ni con las demás agrupaciones culturales de la zona.

En el 2010 conscientes de la importancia de la presentación de propuestas por parte de la comunidad varias organizaciones armaron una agenda de desarrollo cultural del cantón, la misma que incluía temas relacionados al rescate de la memoria y el patrimonio intangible. Dicha propuesta fue rechazada por las autoridades municipales pues no coincidían con la visión de cultura que se maneja en esta institución.

En el mismo año convocados por los encargados territoriales de Pedro Moncayo de la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, los colectivos del cantón acudieron a una reunión con los concejales, la misma que lejos de establecer formas de trabajo y propender al diálogo culminó con la ruptura de relaciones entre colectivos y Municipio. Cabe recalcar que a esta reunión se abstuvieron de asistir los activistas de la Dirección Provincial de Cultura.

Esta ruptura en el diálogo se debe, de acuerdo a la versión del colectivo al concepto de cultura que manejan las autoridades locales.

“Para ellos el desarrollo se ve desde la construcción de infraestructura, y piensan que la cultura es algo momentáneo como la celebración de una fiesta popular o de fechas cívicas, sin evidenciar que la cultura se crea a diario y por ello se debe trabajar en ella a diario”.¹⁰⁹

Sin embargo pese a las resquebrajadas relaciones y puentes de comunicación rotos entre ambos actores, los colectivos de Pedro Moncayo han apuntado como ellos mismo lo definen a la “autogestión cultural” pues consideran que en muchas ocasiones los proyectos de cultura no se vinculan con las necesidades de la comunidad, pues son estructurados de acuerdo a agendas institucionales.

En cambio las relaciones con las direcciones de cultura del Consejo Provincial y del Ministerio de Cultura son esporádicas, los actores culturales del cantón coinciden en que las propuestas de estos organismos articulados a las necesidades de la población han propendido a la consecución de impactos positivos en el desarrollo cultural, sin embargo

¹⁰⁹ MÉNDEZ, José.

al no ser este un proceso continuo (pues no se evidencia una etapa de evaluación fuerte ni continuidad de los representantes de las instituciones en el sector), este se debilita y queda inconcluso, razón por la cual la principal demanda es la continuidad de quienes lideran los procesos desde las instituciones y el cumplimiento de las agendas locales establecidas.

2.4.1.5 La visión del proyecto desde el colectivo

Para los integrantes del centro cultural Anta Kara, el proyecto incidió positivamente en sus relaciones con la colectividad, puesto que sus actividades pudieron ser conocidas en una escala más profunda que la difusión. Además, el hecho de que los talleres estuvieran dirigidos a niños y jóvenes permitió que sus padres y familias se involucraran con las propuestas del colectivo.

Las estrategias de comunicación evaluadas desde los integrantes del colectivo permitieron mejorar el diálogo entre la institución y los actores culturales, pues herederos de una visión en la que la institución solo impone y no permite procesos de participación resultada difícil articularse para la consecución de objetivos. En este sentido Anta Kara afirma que fue vital que las personas ejecutoras del proyecto se vincularan a la cotidianidad de las actividades del colectivo dentro del cantón; y, que la toma de decisiones se la hiciera en conjunto y el proyecto tuviera la capacidad de integrarse a las propuestas del centro cultural.

Asimismo, la inclusión de herramientas de difusión denominadas micromedios (carteleras, afiches, etc.), permitió la difusión permanente de las actividades del colectivo lo cual logró posicionar al centro cultural en la opinión pública del cantón.

2.4.2 Centro de Desarrollo Cultural Juvenil “La Hueca”

Localidad: Cantón Quito. Carcelén Bajo.

2.4.2.1 Historia y descripción del colectivo

Hace diez años los integrantes de “La Hueca” se plantearon como objetivo la rehabilitación del espacio público en el barrio de Carcelén Bajo en el extremo norte de Quito.

El colectivo nació como un grupo de amigos que organizaban actividades para vincular a los jóvenes del barrio en actividades recreacionales como caminatas, fogatas, etc., sin embargo, de a poco el cuidado a la naturaleza y el reciclaje se convirtieron en los ejes en se torno a los que se vinculaba la colectividad con el grupo.

Es así que en 1998 inician un proceso de “ocupa” y apropiación del espacio público para convertir a unas instalaciones de servicios higiénicos que se habían convertido en un foco de infección e insalubridad, en un espacio para el intercambio y diálogo con los vecinos, donde puedan surgir proyectos que propendan al desarrollo cultural de la zona con base en la ecología. La consecución del espacio se logró a través de conversaciones con la directiva del barrio y el Frente de Organizaciones de Carcelén, y el trabajo voluntario de los jóvenes de la localidad. Una vez iniciado el proceso se suma a esta iniciativa el Municipio de Quito por medio de la Dirección de Parques y Jardines con la colaboración de árboles para el parque rehabilitado, y la construcción del alcantarillado.

Una vez conseguido el espacio físico se inició la forma de gestión del espacio, para la cual recurrieron a estrategias de comunicación usando medios alternativos, por medio de a radio parlante se convocó a los vecinos para darle vida al espacio mediante la realización de talleres de expresiones artísticas que permitieran el trabajo a tiempo completo de los jóvenes fundadores del colectivo.

Dado el proceso de este colectivo y su visión ecologista varias organizaciones no gubernamentales extranjeras se han hecho presentes con apoyo económico para potenciar las acciones del grupo.

Para Henry Pasquel fundador de La Hueca, la visión de cultura del colectivo se basa en un sentido antropológico en el que el ser humano construye cultura a diario y la interacción que tiene con la naturaleza define su ser.

“Para nosotros cultura es interacción entre todos los seres de la naturaleza y el ser humano, es además la forma en cómo nos definimos, nosotros nos definimos desde el cuidado al ambiente, nuestra cultura es la de ser recíprocos con la tierra, en cada taller, en cada expresión artística recalcamos la importancia de vivir en armonía con el ambiente tal como lo expresaron los pueblos originarios que se asentaron en esta zona de Quito”.¹¹⁰

Y es esa visión de cultura lo que permitió al colectivo integrar nuevas propuestas a los vecinos de Carcelén Bajo. Lamentablemente luego de más de diez años de proceso comunitario, los miembros del colectivo fueron desalojados del espacio que habían logrado en el parque y los intentos por fomentar la cultura de la ecología quedaron inconclusos.

2.4.2.2 Las relaciones con la comunidad

En el tema comunicativo los integrantes del colectivo tienen clara la concepción del término desde las relaciones diarias entre las personas, en este sentido coinciden con la idea de la relación intrínseca entre cultura y comunicación pues ambas propenden a la transformación de las prácticas. No obstante, advierten la importancia de los medios que en este caso al ser alternativos y manejados por la colectividad, posicionan los procesos en la mentalidad de las personas y hacen visibles las actividades que se realizan.

Como en todo proceso el colectivo mantiene relaciones de diálogo y cooperación con las miembros de la localidad y las autoridades barriales, pero también existen detractores que consideran que declarar a la propiedad estatal como propiedad comunitaria fomenta prácticas poco relacionadas al desarrollo.

¹¹⁰ PASQUEL, Henry. Fundador Centro de Desarrollo Cultural Juvenil “La Hueca”. Entrevista noviembre 2009.

Prueba de ello es el plebiscito realizado en octubre del año pasado donde la mayor parte de los vecinos de Carcelén Bajo dieron su voto de apoyo a la permanencia del colectivo en el sector del parque.

2.4.2.3 La Hueca y la institución

Es importante mencionar que la crisis de la institucionalidad en el Ecuador generó un panorama de desconfianza entre actores sociales y las instituciones cuyo trabajo se inclina a la vinculación de proyectos estatales con las actividades que estos grupos realizan.

“Las instituciones lo único que hacen es adueñarse de procesos e imponer ideas que están fuera de la realidad de nuestras localidades, rara vez un proyecto cultural se planifica con las ideas de los actores a quienes va dirigido cuando somos nosotros los que sabemos perfectamente lo que necesitamos, eso en el mejor de los casos pues la mayoría de veces las propuestas se quedan en ofrecimientos y falsas expectativas para los colectivos”.¹¹¹

Opiniones como esta muestran la fragilidad de las relaciones entre las instituciones de cultura y los colectivos que trabajan en torno a ella, esto se traduce en la falta de estrategias de comunicación de ambos sectores, pues las posturas de los colectivos suelen ser radicales en torno a la vinculación con la institución, y esta desconoce los procesos por los cuales se puede llegar a la integración de visiones e ideas.

Por esta razón el trabajo del proyecto con este grupo fue considerado un desafío, puesto que esa desconfianza con lo institucional propende a reacciones donde los integrantes del colectivo se oponen a toda idea planteada desde el organismo cultural y se crean fricciones que al mismo tiempo que entorpecen el desarrollo de un proyecto, brindan un escenario de trabajo enriquecedor por lo complejo de su resolución.

2.4.2.4 Los resultados del proyecto

En enero del 2010, al ser los integrantes del colectivo consultados sobre los resultados que se desprendieron de la ejecución del proyecto en su localidad, estos advirtieron que el objetivo primordial que era el fortalecimiento del espacio se consiguió, y que si bien, la

¹¹¹ ALVARADO, Mauricio. Integrante de “La Hueca”. Entrevista realizada en el Taller de inducción del proyecto. Noviembre 2009.

red de espacios culturales que estaba prevista no fue concretada, el contacto con otros espacios y colectivos, con sus formas de gestión y sus herramientas de comunicación fue muy enriquecedor, pues lograron comprender la necesidad de que los colectivos culturales no solo de la provincia sino del país, trabajen en forma conjunta y bajo parámetros de intercambio de saberes y prácticas.

Para los chicos de “La Hueca” fue vital compartir su cultura desde la ecología y ser los receptores de la cultura desde el hip-hop, desde el pensamiento rural, etc., y sobre todo el encuentro con otras formas de organización.

Lamentablemente, a la hora de analizar los impactos a largo plazo y determinar en que grado el colectivo continua sus procesos de participación, el espacio físico que ocupaba “La Hueca” en Carcelén Bajo fue desalojado, por tanto el proyecto ecológico de revitalización del espacio público que era su vértice de trabajo fue también suspendido. No obstante, en la actualidad la mayoría de integrantes del colectivo se encuentran vinculados a otras organizaciones donde continúan su trabajo por el desarrollo cultural.

2.4.3 Centro Intercultural Tránsito Amaguaña

Localidad: Cantón Olmedo. Parroquia Olmedo

2.4.3.1 Ubicación y Comunidad:

El centro Intercultural Tránsito Amaguaña, está ubicado en la Comuna La Chimba, Parroquia de Olmedo, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha. La comunidad de la Chimba es un icono de la resistencia indígena, debido a la marcada presencia de las Líderes, Dolores Cacuango y Tránsito Amaguaña, es por esta razón que se ha convertido en un eje estratégico de la actividad política.

La comunidad está dividida en 5 grupos: Centro de acopio, principal fuente de ingresos del sector, la liga barrial, 2 grupos de mujeres: Tránsito Amaguaña y Dolores Cacuango y el Grupo “Condor Huasi”. Estos grupos se han convertido en espacios de trabajo cultural, que han permitido a la comunidad mantener su patrimonio e historia.

2.4.3.2 Historia

La casa de hacienda donde está ubicado el centro era utilizada por los moradores como centro de operaciones turísticas, desde hace aproximadamente 10 años ha estado a cargo del grupo; “Cóndor Huasi” conformado por moradores del sector, quienes se dedicaban al turismo comunitario, ellos con ayuda de la comunidad reconstruyeron la casa, lo que les permitió vincular otras actividades culturales como cocina ancestral y sobre todo crear un espacio que permita contar la lucha de Mama Transito por los indígenas, esto permitía a los turistas conocer mas a fondo la comunidad y al mismo tiempo dar a conocer a los más jóvenes la historia del sector. Posterior al fallecimiento de la líder indígena Transito Amaguaña, tras la petición del presidente de la República y como una respuesta a necesidades culturales del sector, se creo el subproyecto: Centro Intercultural Tránsito Amaguaña, el cual surge dentro del Proyecto: Centros Interculturales 2009 del Sistema Nacional de Centros Interculturales que maneja el Ministerio de Cultura.

El espacio se ha rehabilitado mediante trabajo interinstitucional e intervención de la comunidad. A partir del 22 de Julio del 2009 se firma el convenio entre el Consejo Provincial de Pichincha, Ministerio de Cultura, Municipio de Cayambe, junta Parroquial de Olmedo y Comunidad la Chimba .El 09 de agosto del 2009 se inaugura oficialmente el Centro Intercultural. El Centro Intercultural esta dividido en varias Áreas, posee un museo que gira en torno a la lucha indígena y vida de Tránsito Amaguaña, área audiovisual, sala de talleres, ludoteca, cocina, biblioteca.

El centro se equipó a finales del 2010 y se prevé contratar un administrador y responsable de limpieza, por el momento está a cargo de la comunidad representada por el grupo Cóndor Huasi.

2.4.3.3 Actividades que realizan

Se trabaja mediante la creación del comité de gestión, el cual esta encargado de planificar el POA anual y las diferentes actividades y procesos que se realzaran en el centro, este comité se reúne cada dos meses , sin embargo, por tramites administrativos, hasta el momento no es oficial, pese a este inconveniente, se mantienen reuniones entre

la junta Parroquial, el municipio cantón y el Ministerio de Cultura y representantes de la comunidad que han permitido realizar varias actividades que han ido fortaleciendo al centro. En este comité de gestión se establecieron actividades específicas a cada uno de los miembros:

Ministerio de Cultura: Proyectos y programas culturales

Municipio del Cantón: Infraestructura y eventos culturales locales

Consejo Provincial: Servicios administrativos

Comunidad: Responsable de equipos

Pese a que cada miembro cumple funciones específicas, las actividades que se realizan son socializadas y tratadas en las reuniones y por medio de decisión unánime se ejecutan.

El centro fue creado como un espacio de identidad y cohesión cultural que permite la participación efectiva de la ciudadanía aclara Juan Carlos Agamí Activista Cultural Ministerio de Cultura, responsable del sector. Esta visión ha permitido que todo lo que se planifique en torno al centro sea bastante democrático, hasta el momento se han realizado talleres en tono a la memoria del sector, como cocina ancestral, bordado, pintura, registro audiovisual, dibujo. Al mismo tiempo se ha convertido en un referente de la vida e historia de Tránsito Amaguaña y ha permitido a la comunidad reencontrarse con expresiones artísticas como la danza y música del sector.

“El Centro cultural busca fortalecer desde este espacio a los grupos como la danza que se crean desde la historia del pueblo, es forma de vida, fortalecer en las necesidades, de capacitación difusión”.¹¹²

El trabajo que se realiza en el centro siempre es coordinado entre el comité de gestión, es decir la institución siempre está presente como auspiciante de los talleres por ejemplo, la convocatoria está a cargo de la comunidad, los talleristas son del sector debido a que las actividades siempre están en función de la comunidad y el pago de materiales está a cargo de las instituciones involucradas, en su mayoría por el Ministerio de Cultura. Debido a que el proceso se ha iniciado entre las instituciones y la comunidad, se

¹¹² QUILO. Vinicio. Presidente de la Junta Parroquial de Olmedo. Entrevista realizada febrero del 2011

evidencia un vínculo muy fuerte hasta cierto punto de dependencia de la comunidad por el tema de recursos, pese a que este tipo de actividades son nuevas en el sector la acogida es muy buena, los talleres cuentan con un aproximado de 30 participantes y la asistencia a eventos es masiva.

“Los moradores están constantemente participando de las actividades que se realizan, únicamente hay que coordinar para que no se crucen con actividades cotidianas, como el ordeño que es el sustento económico de nosotros”.¹¹³

Para la comunidad el Centro cultural es una herramienta de fortalecimiento, que impulsa y activa procesos culturales ya iniciados en la comunidad.

“Fortalece a los grupos que se crean por la misma forma de vida del sector, les hace tocar, bailar, es su forma de vida y por esto se organizan y con el centro fortalecemos en torno a las necesidades que ellos tengan, capacitación equipamiento”.¹¹⁴

2.4.3.4 Comunicación

La comunicación dentro de los procesos culturales que maneja el centro se ha convertido en un eje estratégico, debido que ha permitido crear un espacio de diálogo entre la institución y los diferentes actores de la comunidad, un claro ejemplo es como el proyecto se ha ido modificando de acuerdo a las necesidades de la comunidad. El Presidente de la comunidad afirma que la participación de la comunidad ha sido muy intensa en este proceso.

“Al principio el espacio se iba a entregar a la institución, pero nosotros habíamos trabajado mucho para mantenerlo y se consiguió que este centro pertenezca a la comunidad y que los equipos se nos entreguen en comodato, nuestros moradores pueden hacer uso de este espacio que siempre ha sido un sitio de encuentro de la comunidad”.¹¹⁵

La comunidad constantemente participa de las decisiones en torno al centro, constantemente se realiza asambleas donde se informa a los moradores de las actividades y se reciben sugerencias. A diferencia de otros centros culturales, aquí la

¹¹³ QUILO, Vinicio. IDEM

¹¹⁴ QUILO, Vinicio. IDEM.

¹¹⁵ QUILO, Vinicio. IDEM.

comunicación es personalizada, debido a que está ubicado en una comunidad y los moradores no están relacionados con medios tecnológicos, afiches, etc.

“Las convocatorias se realizan de casa en casa, invitando a los vecinos para que asistan a los eventos, talleres y en las asambleas del centro de acopio se aprovecha para contarles que está sucediendo y solicitar apoyo o cuando se abre talleres para niños”.¹¹⁶

2.4.3.5 Cultura

Las concepciones de cultura son muy amplias, por un lado la comunidad entiende a la cultura como esa expresión cotidiana que han ido construyendo constantemente.

“Nosotros en el tema cultural entendemos como el trabajo del fortalecimiento de La pluriculturalidad es el día a día, es el vivir diario de nuestra zona, de nuestros pueblos, de nuestras comunidades...Es la vida misma, quienes somos y de donde vinimos. Cultura significa mucho quienes somos y todos trabajamos en ese sentido, es todo un concepto ideológico social, de una cosmovisión andina y comunitaria. Todo está relacionado, todo es cultura”.¹¹⁷

Desde esta concepción ellos entienden que la gestión cultural, termino escuchado mas no utilizado por el sector, para Vinicio Quilo “Gestor cultural son términos que estamos escuchando últimamente, nosotros creemos y estamos convencidos que el fortalecimiento de la identidad de nuestros pueblos va a ayudar desarrollar nuestro futuro en todo ámbito”

La gestión cultural es un trabajo constante relacionado a todas las actividades del sector y sobre todo hacia la dirección que tiene la comunidad y están conciente de que son ellos quienes impulsan el enfoque y trabajo cultural.

“No depende de una persona ni un grupo, el pueblo, las comunidades definen su propio destine identificando quienes somos... Hay que encontrar la visión y el camino y encontrando eso podemos caminar, desde el criterio, desde quiénes somos y hacia dónde vamos”.¹¹⁸

¹¹⁶ NEPAS, Jaime. Director Grupo Condor Huasi. Entrevista realizada febrero del 2011.

¹¹⁷ QUILO, Vinicio. IDEM.

¹¹⁸ QUILO, Vinicio. IDEM.

2.4.3.6 Experiencia del proyecto

Para el Centro Intercultural Tránsito Amaguaña fue sumamente positivo el trabajo realizado en el proyecto debido a que evidenció la importancia de tener un espacio donde trabajar talleres en torno a la cultura del sector. Esto ha permitido que los talleres tanto de cocina y dibujo se repitan varias veces durante los últimos años. Así mismo generó que el Ministerio de Cultura coordine y auspicie otras actividades dentro de la dinámica de trabajo con niños y jóvenes, cabe recalcar que los talleres trabajados en el proyecto fueron la primera experiencia posterior a la adecuación e inauguración del centro.

Ante la demanda de la comunidad se vio necesario abrir espacios para trabajar actividades con adultos, así se creó el grupo de bordado, quienes realizan actividades permanentes en el sector.

Para Vinicio Quilo el enfoque comunicativo del proyecto permitió conocer y reconocer la cultura de otros sectores gracias a los intercambios realizados, la experiencia de otros colectivos como “La Hueca” fue inspirador para continuar con el trabajo realizado, mientras que el taller de micromedios dio nacimiento a la cartelera que informa las actividades que se realizan en el centro. Los integrantes del Centro intercultural afirman la importancia de mantener un diálogo abierto con la comunidad y las instituciones participantes en los diferentes proyectos, debido a que esto permite seguir una misma línea de trabajo y así cumplir con los objetivos planteados.

2.4.4 Integrador del Valle - Junta Parroquial La Merced

Localidad: Cantón Quito. Parroquia La Merced

El colectivo Integrador del Valle nació en el año 2003, en la Parroquia Rural de La Merced en el Distrito Metropolitano de Quito, un grupo de jóvenes se reunieron debido al conflicto que existía en el sector en torno al relleno sanitario y evidenciaron la necesidad de comunicar al sector todos los inconvenientes que acarrea dicho trabajo, empezaron realizando periódicos murales meramente informativos, posteriormente nació la iniciativa de crear un periódico que reúna información sobre la parroquia y los

diferentes acontecimientos, debido a que los grandes medios no informaban sobre temas puntuales de la localidad.

En sus inicios el periódico era financiado por sus integrantes, en el año 2006 cuando Fabián Iza su presidente comenzó a estudiar Comunicación Social para el Desarrollo en la Universidad Politécnica Salesiana, vinculó a varios de sus compañeros para trabajar comunicación alternativa en el sector, donde los protagonistas de las páginas serían los moradores y sus historias, la acogida fue muy positiva en la localidad y esto generó abrir otros espacios de encuentro comunitario como el cine foro SUMATE que analizaba diversas películas desde la realidad del sector, esto generó que más tarde se creara la Televisión Local, un espacio que recogía historias y personajes característicos del sector que con el tiempo iban desapareciendo de la memoria de los habitantes, pese a no tener un espacio físico se empezó a utilizar el parque y se pasaban los documentales las noches de los sábados y domingos.

La reacción de la comunidad fue alentadora, verse reflejados en la pantalla les permitió reencontrarse con sus historias, es en este momento que el colectivo decide trabajar en torno a la publicidad local, lo que permitiría financiar las diferentes producciones, posteriormente esto se reprodujo en la publicación de Churo Loma una revista que recogía el pensamiento rural y sobre todo permitía ir revitalizando la memoria de la parroquia.

En el año 2010 se presenta la oportunidad de que Fabián Iza, Director del proyecto sea candidato a la Junta Parroquial, lo cual detiene el trabajo que se venía realizando, pero al mismo tiempo abre una oportunidad para profundizar dicho trabajo, y vincular a la comunidad de una manera más directa a los proyectos que se venían realizando, es así que se nombra a Fabián Iza como presidente de la Junta Parroquial y las propuestas del colectivo pasan a ser parte del plan de trabajo de la Junta Parroquial de La Merced.

2.4.4.1 Junta Parroquial La Merced

Fabián Iza Presidente de la Junta cometa que la junta está compuesta por 5 miembros, un presidente y 4 vocales, uno es el encargado de cultura, sin embargo, el trabajo cultural

atraviesa todos los objetivos de la Junta, tomando en cuenta que la cultura es la expresión del ser humano. Cultura sería el pensamiento visible o la expresión que demarca una identidad. Es una forma de pensar, pensamiento traducido en una artesanía, un plato típico¹¹⁹. En este marco para la Junta Parroquial el gestor cultural desde la institución cumple un proceso importante como facilitador sin embargo el verdadero gestor es el beneficiario.

“Vincular al joven, señora o grupo como el propio gestor y vincularles al proceso de gestión como otro dinamizador más del proceso, porque si la Junta Parroquial cambia quien sabe venga otra junta y tenga una visión vial y no haya este enfoque cultural va a perder fuerza, pero si la Junta le entrega el poder al gestor es entregarle un espacio propio de trabajo que va a ser imparables”.¹²⁰

Iza comenta que es sumamente importante entregarle el espacio de la Junta a los gestores locales, cuya estructura no esté destinados a oficinas para los integrantes, sino a otras necesidades del sector, como la biblioteca, así va tomando una dinámica y el trabajo se articula. Lamentablemente en la parroquia no existe un Centro Cultural, cuando se le preguntó a Fabián sobre esta situación comentó que en la parroquia la actividad cultural ha sido motivada por actores externos y es recién en este momento que se están vinculando los colectivos de las localidades. Pese a no poseer espacio físico el sector ha encontrado en el parque un espacio de expresión.

“En La Merced no tenemos infraestructura como para permitirles a los jóvenes para que vayan asentándose y formándose a una permanencia como quisiéramos sin embargo, utilizan los pocos insumos y sus propios espacios, es interesante entender que el parque es un espacio de encuentro y diálogo, ahí se hacía la radio comunitaria, la gente se encuentra, conversa, es un espacio no apropiado pero tampoco inapropiado”.¹²¹

El parque también se ha convertido en un espacio de encuentro que fortalece los procesos comunicativos trabajados en el sector, es aquí donde se ha desarrollado la televisión y radio comunitaria, permitiendo a la comunidad recuperar su voz e imagen.

¹¹⁹ IZA, Fabián. Presidente de la Junta Parroquial La Merced. Entrevista realizada febrero del 2011

¹²⁰ IZA, Fabián. IDEM.

¹²¹ IZA, Fabián. IDEM.

2.4.4.2 La Comunicación en la Parroquia

La comunicación es una estrategia para vincular a la comunidad a los procesos culturales, y para la Junta Parroquial es necesario que esta sea trabajada en función de la localidad.

“Un afiche bien elaborado con todos los conceptos no es tan fuerte en una sociedad rural que tiene unos conceptos más básicos, y hay que entender eso y alrededor de eso gestionar, que para la ruralidad es necesario ir construyendo mediaciones desde su mismo contexto, un simple dibujo, un mensaje claro un trabajo compartido viene a ser más fuerte, incluso la comunicación más cercana, la comunicación personal se torna fundamental y puede generar mayor impacto. Una radio por ejemplo con una estructura básica y sencilla y que sea la misma comunidad la que cuenta y se relaciona, tiene más poder comunicativo que otra cosa”.¹²²

2.4.4.3 Relación con la institución

No se han realizado muchos convenios, debido a que es el primer año y la gestión de la junta ha estado dedicada a realizar un diagnóstico sobre la actividad cultural del sector e identificar actores.

“Creemos que es importante firmar convenios, se ha realizado con el Consejo Provincial, Municipio, se espera hacer convenios no solo con actores externos, sino también con actores internos vincular a artistas que operan en el sector, sería interesante vincular a estos grupos a actividades del sector, y vincular actores externos para así no limitar al apoyo gubernamental”.¹²³

En cuanto a las limitaciones, Fabián Iza, aclara que siempre hay diferentes visiones que no se conjugan con la localidad porque son seres humanos los que están a cargo, algunos proyectos no se han podido concretar debido a que no se ha podido empatar con la realidad local, la falta de entendimiento de compromisos tanto del gobierno como la

¹²² IZA, Fabián. IDEM

¹²³ IZA, Fabián. IDEM

localidad, sin embargo, se espera que se superen estas limitaciones con compromiso y desde los grupos que exijan seguimiento y continuidad a los proyectos.

Para el presidente de la Junta Parroquial trabajar desde el pensamiento rural es una estrategia para involucrar a los moradores del sector en el proceso cultural.

“Pensamiento rural tejido desde abajo no debe pensar desde la ciudad sino desde la realidad, no pensar como un urbano más y la gestión cultural permite armar eso para que vaya emergiendo y se convierta en políticas públicas para ser coherentes con el nuevo contexto”.¹²⁴

Así desde este pensamiento rural, el dibujo del niño, el criterio del joven va tomando forma y se vaya involucrando a otras esferas.

2.4.5 Colectivo Hip-Hop Lado Sur

Cantón: Quito. Localidad: Ciudadela Atahualpa Sur de Quito

Una construcción ubicada a un costado en las canchas de básquet de la ciudadela Atahualpa en el sur de Quito es el lugar de encuentro para 90 jóvenes de la organización Lado Sur. Todos tienen en común su gusto por la cultura hip hop. Lado Sur está integrado por 15 agrupaciones juveniles como el Distrito Q, Realidades Sur, Mugre Sur, QKU, DDC, Vecindario Sur, etc.

2.4.5.1 Historia:

El colectivo Asociación Hip Hop Lado Sur se formó en el 2005 entre varios amigos pertenecientes a la cultura Hip Hop del Sur de Quito, quienes buscaban hacer su música, arte y sobre todo darse a conocer y reivindicar la idea errónea que tiene la sociedad sobre estos grupos. “Durante años se ha visto a los hoperos como delincuentes y se nos ha excluido por nuestra facha, música y grafitis.”¹²⁵

¹²⁴ IZA, Fabián. IDEM

¹²⁵ MOMPOSITA Paúl. Fundador de la Asociación Hip Hop “Lado Sur”. Entrevista realizada en Marzo del 2011.

En el 2009 se legalizó el colectivo convirtiéndose en Asociación Lado Sur, el principal motivo fue el buscar un espacio, para reunirse y desarrollar talleres, sin embargo, fue muy difícil conseguirlo, la gente no confiaba en sus propuestas. Durante meses se reunieron en el parque de la Ciudadela Atahualpa, es ahí donde descubrieron una casa abandonada y en muy mal estado, la que solicitaron se les proporcionara para convertirla en su sitio de encuentro, pero; ante la falta de apoyo del sector, decidieron tomarse la casa, arreglarla y convertirla en un centro cultural de la Comunidad Hip Hop. A este espacio lo denominaron “la Casa del Gato Tieso”.

A partir de ese momento este espacio se convirtió en sala de conferencias, talleres, espacio para conciertos, etc.

En la actualidad existen alrededor de 90 integrantes, en su mayoría del sector sur de Quito, sin embargo, trabajan en conjunto con otros colectivos de Hip Hop del país e incluso internacionales.

“Las demandas de la comunidad del Hip hop son mundiales y no son solo de la comunidad sino de todos los desplazados y discriminados, de todos los que hemos perdido la voz, con nuestro colectivo buscamos dar nuestro aporte a esta lucha”.¹²⁶

2.4.5.2 La relación con la Institución

Al principio la dinámica del colectivo fue únicamente la autogestión, entre amigos, posterior a su legalización el Ministerio de Cultura se vinculó a sus proyectos, por medio del apoyo para talleres de graffiti, MC, break dance. En el 2009 para el festival del hip hop la ONU, el Ministerio de Cultura, Secretaria de Cultura y Municipio apoyaron y gestionaron en conjunto con el colectivo la ejecución del evento.

En cuanto a la distribución de recursos afirman que es bastante limitado, el dinero y apoyo se destina a personas con mayor experiencia y más años de trabajo¹²⁷. Aseguran que la facha siempre ha sido un limitante, sin embargo, se ha ido rompiendo esa

¹²⁶ MOMPOSITA Paúl. IDEM

¹²⁷ MOMPOSITA, Paúl. IDEM

tendencia, con las nuevas concepciones de cultura que maneja la Constitución, el trabajo que han ido desarrollando y la socialización de un documental sobre el colectivo.

2.4.5.3 La cultura desde el hip-hop

En cuanto a la cultura, la entienden como la forma de vida y organizarse reflejada en las diferentes expresiones del colectivo.

“La cultura es la forma de vida que llevamos, la identidad, desde nuestra ropa, el hip hop, es nuestra forma de vida, nuestro arte, desde el grafiti, la música, la letra es nuestra forma de expresión”.¹²⁸

2.4.5.4 Experiencia del proyecto

El proyecto permitió que los diferentes colectivos participantes intercambien experiencias, lo cual generó un encuentro impactante especialmente entre los colectivos rurales y urbanos.

“Muy positiva fue la experiencia del proyecto, porque se contrastó lo rural con lo urbano, compartir sabidurías entre grupos totalmente diferentes, desde la expresión de la pared hasta la expresión de la tierra y como estas manifestaciones demuestran la historia de un grupo o comunidad. Descubrir que todos necesitábamos espacio”.¹²⁹

2.4.5.5 Gestor cultural

Paúl nos dice que el gestor cultural es aquel que comparte sus conocimientos y experiencia con el otro, dar a conocer su cultura.

“Más que gestor creo que me gusta considerarme alguien que comparte el saber, que puede aportar al desarrollo del colectivo, me considero activista cultural porque trabajo en función de mi cultura, el Hip Hop”.¹³⁰

La gestión cultural en este colectivo, es entendida como ese actuar diario de los diferentes integrantes de la comunidad por hacerse conocer, respetar y desde luego por

¹²⁸ MOMPOSITA, Paúl. IDEM

¹²⁹ MOMPOSITA, Paúl. IDEM

¹³⁰ MOMPOSITA, Paúl. IDEM

incidir en transformaciones sociales, donde la tolerancia, respeto e intercambio de conocimientos sea la base.

Paúl Momposita afirma que más que un gestor cultural, es un activista, debido a que desde muy pequeño se ha dedicado a reivindicar la cultura Hip Hop, y esto le ha permitido que desde su historia diversos colectivos especialmente juveniles entiendan su situación y demandas.

La autogestión es un determinante en los colectivos culturales del país, sin embargo los integrantes de Lado Sur comentan que desde la creación del Ministerio de Cultura, el colectivo ha sido tomado en cuenta y se han apoyado algunos proyectos. Años atrás este tipo de colectivos eran discriminados y sus propuestas no se tomaban en cuenta, para Momposita, la gente se dejaba llevar por estereotipos, como la ropa y muchas veces se les impedía el ingreso a varias instituciones. En la actualidad el trabajo realizado y las nuevas concepciones de cultura han permitido que el colectivo vaya consolidándose y pueda trabajar talleres con mayor frecuencia, los mismos que están destinados a jóvenes de todos los sectores y recursos económicos.

2.4.5.5 Comunicación

La ventaja de la cultura hip hop, es que tiene elementos llamativos y extremadamente comunicativos.

“Comunicamos desde todo lo que hacemos, desde el grafiti que la gente identifica, el baile extravagante y las líricas, desde lo que vives, porque el hip hop es una herramienta de comunicación y eso permite que nos demos a conocer con el barrio con el extraño”.¹³¹

La comunicación de la asociación Hip Hop lado Sur, trabaja desde su cultura, utiliza los cuatro elementos de su cultura de la siguiente manera:

La unión de dos de los elementos, el MC (Master of Ceremony) y el DJ (Disc Jockey), conforman el estilo musical del hip hop: el rap. Aquí los “Hoperos” como se

¹³¹ MOMPOSITA, Paúl. IDEM

autodenominan utilizan la música y específicamente las letras para protestar y contar su historia. Los integrantes de los colectivos hip-hop hacen sus propias líricas relacionadas con problemas sociales (pobreza, delincuencia). Los discos son grabados en estudios de música improvisados en sus casas.

El Bboying es el baile popularmente conocido como breakdance. La persona que practica este baile se denomina Bboy, Bgirl (fly girl), breaker o breakdancer. Este baile utiliza el cuerpo para comunicar el dolor que esta cultura urbana ha vivido, desde la represión y el maltrato social

El grafiti es la rama artística (pictórica) de esta cultura aplicada sobre superficies urbanas). Los grafitis pueden ser tags o firmas que para los integrantes de la comunidad Hip Hop genera incertidumbre en la sociedad, y así la gente se interesa en conocer quienes son, por otro lado también manejan gráficos que cuentan historias y evidencian malestar social, este puede ser contra el gobierno, la contaminación, el fascismo, etc. El grafiti, que pertenece a la cultura Hip Hop, abrió amplias posibilidades para la experimentación del entorno urbano, ya que la juventud logró transformar su vida a partir del ejercicio creativo, la adrenalina y la enseñanza en las propias calles de unos a otros.

El beatboxing está inspirado en un arte originario de Los Mayas que consistía en imitar sonidos de la naturaleza con la boca, y que resurgió en Nueva York como la técnica de emular sonidos de percusión o instrumentos propios de la música rap con la boca. Los practicantes de esta faceta se conocen como beatboxers o human beatboxers

En muchos casos, estas voces expresivas e inventivas abordan temas complejos de maneras en las que los “intelectuales” no están en capacidad de aproximarse, simplemente porque entre otras razones, los raperos han sido desde su origen “removidos” de esta sociedad. Entre tanto, comunican la historia, la compilan, la hablan y la mantienen viva. Si el rap, en realidad, representa algún peligro, es porque expone aspectos de la conciencia, como el sexismo, el racismo, y la pobreza, que la corriente principal de la sociedad no desea oír, pero que necesita escuchar.

2.4.6 El componente comunicativo dentro del proyecto

Dentro de la configuración institucional de este proyecto se encuentra como estrategia el registro, promoción y difusión del proceso, lo que implica impulsar un plan de comunicación para posicionar el proyecto, empoderar a los participantes y producir una publicación y documental audiovisual.

Como registro se interpreta la producción de documentos que respalden y den fe de la ejecución de proyecto, las herramientas utilizadas para este propósito son fotografías, audio y video. Las mismas que servirán para la creación de un documental el cual difunda el proyecto.

Por otro lado el mencionado plan de comunicación aborda la implementación de micromedios (carteleros) que apoyen en el proceso de difusión de los talleres ofertados, con lo cual se busca también el posicionamiento del espacio cultural en la localidad a la que pertenece y de este modo propender al fortalecimiento del mismo. Y de la misma manera, evidenciar en la comunidad que el proyecto es ejecutado por el Ministerio de Cultura, es decir es también una forma de propaganda institucional. (ANEXO 2)

El plan de comunicación sugerido por las autoridades de la Dirección Provincial de Cultura, contiene enfoques netamente publicitarios y de difusión, tanto en el interior de las localidades con la construcción de los carteleros, como en contextos externos relacionados al posicionamiento del proyecto en la opinión pública, a través de visitas a medios de comunicación de los cantones en donde se desarrolló el proyecto. De esto se desprende que, aún 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 las definiciones de componente comunicativo sugeridas en la redacción del proyecto, se vio como parte vital del mismo la creación de otro tipo de estrategias que sirvieran como formas de mediación con los grupos involucrados, puesto que al tratarse de grupos 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.

Además, para que un proceso pueda ser fortalecido hace falta que los miembros de una organización se apropien del mismo, tal como lo describe el presidente de la Junta Parroquial de la Merced: es necesario que los actores culturales de la localidad sepan que está en ellos la capacidad de gestión, que son quienes deben demandar y apropiarse de los procesos para que estos sean continuos y no se pierdan.

Estas estrategias de comunicación van más allá de transmitir un proyecto a una localidad (que es lo que ocurre generalmente cuando una institución propone un proyecto a un grupo), sino articular ideas para que el proceso sea adquirido por los integrantes como propio.

2.4.6.1 Los micromedios como estrategias de fortalecimiento en la gestión de la cultura

Como ya se ha sugerido, la comunicación en el marco de la gestión de la cultura y la participación requiere un tratamiento que va más allá de una mirada instrumental donde los medios masivos son el denominador común.

Es por ello que en este punto vale la pena referirse a la incorporación de los micromedios como estrategias de comunicación que logran impulsar procesos de participación, especialmente en poblaciones pequeñas, pero que sin duda deberían ser replicadas en todos los contextos. Forman parte de este análisis los micromedios utilizados en 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.

Las estrategias comunicativas dentro de los espacios locales resultan de suma importancia en procesos de desarrollo comunitario, puesto que su avance y mantenimiento se logra solo en base a una fuerte comunicación interna y externa, de ahí

que sean los micromedios las herramientas que mayor eficacia poseen dentro de estos contextos.

La utilización adecuada de los micromedios ayuda a crear espacios de promoción y difusión de las actividades que se realizan al interior de las comunidades y para fortalecer los lazos de cooperación.

Los micromedios se describen como herramientas de fácil acceso, cuya característica es ser: pequeños, pobres y precisos. Y de ahí que su efectividad sea alta y comprada, ya que nacen con las dictaduras latinoamericana, tornándose medios de comunicación alternativa frente a los sistemas de represión, y haciendo que se construya con esto una forma de reflejarse y construir identidad, en respuesta a los imaginarios vendidos en los medios masivos, que no reflejan necesariamente lo que somos.

Los micromedios ayudan a que las poblaciones se vean reflejadas en lo que ellas mismas construyen, y que sepan que la comunicación la hacemos todos, además que fomentan el intercambio de experiencias.

Desde la planificación del proyecto se especifica que los principios directores en torno a los que estas herramientas deben ser construidas son: Sencillez de la Comunicación, que consiste en el logro de una clara identificación de los distintos elementos que configuran los talleres de expresión cultural. Esta identificación contribuye a adecuar la comunicación con los miembros de los espacios culturales. Y, Originalidad y atractivo de la publicidad a emplear en la difusión de los talleres y en el intercambio entre localidades, para captar la atención de la sociedad en su conjunto.

Por ello en la ejecución del proyecto se sugirió incluir talleres de micromedios destinados a los integrantes de los espacios culturales participantes, con la finalidad de fortalecer sus centros culturales y que sean ellos mismos quienes adopten la responsabilidad de la difusión de sus actividades y la construcción de participación.

Sin embargo, es importante hacer un análisis previo de las formas de comunicación de los espacios culturales con sus localidades, pues son estrategias diversas las que se deben implementar en concordancia con los contextos de estos grupos. Así por ejemplo, en las parroquias rurales de La Merced y Olmedo el diálogo es fundamental, la convocatoria a la participación en los talleres no implicaba otra cosa más que la comunicación personal entre los habitantes del sector, hacer un recorrido por las casas para comunicar sobre las actividades a realizarse y la importancia de la asistencia a las mismas, fueron las estrategias de micromedios que prevalecieron aun cuando existió un material gráfico proporcionado por la Dirección Provincial de Cultura.

En casos como el colectivo Anta Kara en Pedro Moncayo, el uso de los afiches para la difusión de los talleres captó gran cantidad de participantes, pero los integrantes del colectivo adaptaron el material a la creatividad del grupo tornándolo más llamativo. Al respecto del Centro de Desarrollo Juvenil La Hueca, fueron sus propios medios comunitarios los que se encargaron de la convocatoria y posterior participación de la colectividad, y en el caso del Colectivo Hip-Hop Lado Sur el material también fue adaptado a la identidad del grupo, a lo que se sumó las propias estrategias del grupo mediante el grafiti.

Lo anterior demuestra que cada colectivo posee sus formas de comunicación tanto interna como para la localidad en la que se desarrollan, y que antes de que otras herramientas comunicativas sean introducidas en una organización es necesario aprovechar al máximo sus potencialidades internas.

En este sentido es importante tener en cuenta que todo material comunicativo en el marco de los procesos participativos, debe ser mediado pedagógicamente, y eso se logra cuando se tienen claros los objetivos y necesidades de un grupo. Esa mediación pedagógica corresponde al encausamiento del uso de los micromedios, en el caso del proyecto analizado la mediación pedagógica se dio a través de talleres donde se

abordaron temáticas concernientes a la historia, características, usos, recursos y resultados de su implementación.

2.4.7 Las formas de entender la comunicación, la gestión y la cultura en los colectivos involucrados en el proyecto

Muchas veces la gestión de lo cultural no pasa por profesiones o disciplinas abocadas a ella sino más bien por actores que, desconociendo una serie de elementos y mecanismos que se ponen en juego, están incidiendo a través de la toma de decisiones y la puesta en marcha de acciones sobre los sentidos y las maneras de entender la sociedad y la vida cotidiana en general. Así encontramos una primera marca de hacer gestión cultural desde la periferia, aún cuando no puedan ser entendidos estrictamente bajo el término de gestores culturales, puesto que no se han especializado para ello, median en instancias vinculadas a lo cultural.

Y esto se da debido a la urgencia del trabajo local frente a diversas necesidades, en este caso frente a una demanda de cultura, no desde las artes o los eventos, sino más bien desde procesos de recuperación de la memoria, desde el trabajo por la identidad y la diversidad; prácticas que se inclinan hacia el reconocimiento de derechos y la revitalización de la cultura. En este sentido la cultura se convierte en lo que manifiesta Guerrero: “una estrategia de lucha contra hegemónica”.¹³² Porque es precisamente desde esta plataforma que los cinco colectivos entienden la cultura, desde la transformación, la resistencia, pero sobre todo desde la participación.

Al momento de levantar la información, varios de los representantes de los colectivos expresaron sus formas de relacionarse con las instituciones de la cultura como una medida para conseguir recursos que faciliten sus actividades. Otros decididamente mostraron su apatía, pues para ellos más que procesos de facilitación las entidades dedicadas a la cultura se apropian del trabajo que realizan en las localidades, y por ello prefieren estar al margen de proyectos sugeridos desde los gobiernos locales o las entidades provinciales. No obstante, reconocen la necesidad de llegar al diálogo, pues al ser el desarrollo cultural importante para sus objetivos como colectivos, esperan un

¹³² GUERRERO, Patricio. “La Cultura”. Abya Ayala. Quito

cambio de conceptos desde las instituciones y que estas se acerquen al contexto local para el trabajo en cultura.

Es por ello que, de acuerdo a la naturaleza de un gestor local de la cultura sus conceptos si bien no definidos desde la academia, refuerzan las ideas de la cultura como el motor que propicia la vida en sociedad, de la construcción de la cultura desde lo cotidiano, en sus definiciones se pone de manifiesto su contexto: lo rural, lo urbano, la ecología.

Asimismo, la comunicación se define desde estos grupos como sus propias formas de difundir sus actividades, sin embargo se hace hincapié en la participación que debe devenir de estas formas de comunicación. Es interesante notar que, para los colectivos todas sus actividades comunican, es decir si bien se manejan términos comunes de comunicación como un medio por el cual se informa, se entiende también que la comunicación está implícita y media todas las relaciones del colectivo con la localidad. Para los integrantes de los colectivos se comunica desde la práctica diaria, desde lo cotidiano, y de este modo se relaciona la comunicación con la cultura.

2.5 PRINCIPALES HALLAZGOS EN CULTURA Y COMUNICACIÓN EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

Haciendo un análisis de la información obtenida tanto en las entidades de cultura de la provincia, como de los colectivos involucrados en el proyecto podemos llegar a concluir que, en líneas generales existe un acuerdo en la importancia de la comunicación en los procesos de gestión cultural, y en definir a la cultura como un entramado simbólico que está presente en todos los aspectos de la vida y es la que permite la construcción y transformación de una sociedad. Pero, también está presente la definición ligada al desarrollo artístico, el mismo que es considerado como la forma de potenciar el desarrollo cultural de una localidad.

De la misma manera el tema de gestión de la cultura es definido en su mayoría como las estrategias que potencien el desarrollo aprovechando todos los recursos destinados a ello, y se reconoce que parte fundamental de esta gestión es la participación de los miembros de una localidad.

Desde la Casa de la Cultura y la Secretaría de Cultura del DMQ se observa una similitud en los modos de ver a la gestión cultural como una forma de comunicación por medio de herramientas de difusión y promoción, pues al ser los públicos masivos los destinatarios de los productos culturales que se ofertan es necesaria la convocatoria a través de los medios. La idea de gestionar viene ligada al fortalecimiento de espacios de acceso a estos bienes, lo cual se consigue en base a la comunicación. Por otra parte la gestión está definida como la articulación de los gestores culturales con ambas instituciones. Articulación que se traduce en la presentación de propuestas de ambas partes, que conlleven un beneficio a la comunidad.

Asimismo, es posible diferenciar dos tipos de gestores culturales, por un lado están los actores culturales locales quienes desde la cotidianidad están involucrados al tema cultural, son quienes mantienen e integran un colectivo cultural o trabajan en el desarrollo de sus localidades. Ellos, como notamos en el análisis de los colectivos participantes del proyecto, han desarrollado sus formas peculiares de gestión en concordancia con sus contextos y son quienes conocen de primera mano los temas vitales que deberían ingresar en las agendas de trabajo tanto de gobiernos locales como de las instituciones para la cultura de la provincia. Los gestores locales trabajan todos los días por la democratización de los recursos y en la mayoría de los casos se auto gestionan para la consecución de objetivos.

En cambio los facilitadores institucionales también conocidos como activistas culturales, son quienes se encargan del ciclo de trabajo de proyectos y productos culturales, además cumplen la función de socializarlos en las localidades, sin embargo, en la mayoría de los casos, los proyectos salen desde la perspectiva de la institución, y son informados a la comunidad sin un proceso previo de diagnóstico de las necesidades del sector en el campo cultural. Es por ello que en este sentido, es urgente la incorporación de nuevas metodologías para el trabajo en cultura desde los activistas culturales institucionales. Más adelante y como resultado de esta investigación, se llegará a la

propuesta de una nueva metodología que desde la comunicación logre procesos de participación en el tema cultural.

En lo referente a comunicación, se puede observar una diferencia en sus prácticas. Por un lado las instituciones reconocen a la comunicación como la acción que permite el desarrollo de procesos de gestión participativa, sin embargo como componente es considerada como la difusión de un proyecto o el posicionamiento institucional en los medios. En cambio, en el caso de los colectivos la comunicación es vista como el elemento potenciador de la participación, lejos de la relación con los medios y de una manera un tanto empírica es vista como las redes de relación entre los miembros de una organización y quienes conforman una localidad, la comunicación está orientada a crear espacios de diálogo que propendan a la toma de decisiones.

En este sentido se observan dos tipos de definición de la comunicación 1) Comunicación como difusión de eventos - Relación con los medios. 2) Comunicación desde las mediaciones y la participación.

2.5.1 La comunicación en la gestión de la cultura desde la difusión

En la cultura existe un concepto de organización que son las denominadas industrias culturales, las que tienen un relevante impacto porque son vehículos que favorecen la creación, el acceso a bienes y servicios, así como la difusión masiva de la cultura y las artes, además de su importancia económica.

Desde este concepto se parte cuando se trata de entender una visión de la comunicación de los procesos de gestión de la cultura. Cuando una organización o entidad se encarga de producir y ofertar bienes culturales, la dimensión difusionista de la comunicación es la que prevalece. Esta tiene que ver con la promoción de eventos, encuentros, conversatorios, exposiciones, etc., a través de los medios de comunicación con el objetivo de obtener una participación masiva que valide la inversión realizada en determinada actividad.

Esta concepción está orientada a poner la cultura al alcance del mayor número posible de gente, así como a crear demanda cultural entre el público -promoción cultural-, ofertar productos culturales -acción cultural, conservar, ampliar y optimizar el patrimonio artístico cultural de una determinada comunidad para su disfrute.

Inclusive el marco legal en lo referente a comunicación y cultura existente en el país, propende a la difusión cuando habla de la obligatoriedad de la presencia de material cultural en los medios de comunicación y del acceso a la cultura y sus manifestaciones artísticas.

Desde estas formas de entender el proceso comunicativo, también entra como objetivo el posicionamiento de la institución en el imaginario social, es decir, lograr que una comunidad se identifique con una entidad de cultura y reconozca los proyectos o programas que realiza. En esta perspectiva de la comunicación podemos situar a los gobiernos locales analizados (Municipios de Pedro Moncayo y Cayambe), puesto que desde las definiciones de comunicación encontradas y expuestas por sus funcionarios lo primordial es el reconocimiento de la gestión principalmente del Alcalde. Y, a pesar de que la tarea informativa es considerada importante para que la ciudadanía conozca lo que se está haciendo en beneficio del desarrollo local, y los proyectos en los que sus impuestos están siendo utilizados, las estrategias utilizadas por los encargados de comunicación de estos municipios no sobrepasa la propaganda de la imagen personal de las autoridades.

Es por ello que si bien, la difusión es vital, pues gracias a ella el acceso a estos bienes culturales cada día aumenta, hace falta aprovechar al máximo esa concentración masiva de ciudadanos y trabajar en los conceptos, en ese intercambio simbólico que supone asistir a una exposición de pintura -por ejemplo-, y propender a la participación.

Hoy es especialmente urgente que las organizaciones para la creación y la gestión de la cultura se replanteen estas nuevas ideas y sugerencias con respecto al rol que desempeña la comunicación. Uno de los grandes retos es el trabajo en red, en la comunicación e implicación con los ciudadanos y en los valores que proponen.

Como lo expone Toni Puig, uno de los principales investigadores del tema comunicativo en la gestión de la cultura:

“La comunicación para la cultura debe optar por mensajes saturados de valor, con ciudadanos implicados, atrayentes, que sean irresistibles. Y no necesariamente debe estar en la onda de la última moda comercial. Deben presentar valor para la vida constatable. Imprescindible”.¹³³

Todas estas comunicaciones incesantes deben expresarse con el lenguaje de los ciudadanos a quienes la organización propone la experiencia y con el estilo/marca de la casa. Así se podrá crear y consolidar fidelidades sociales entorno a la organización que será percibida por los ciudadanos como familiar, con enorme responsabilidad social para sus vidas y las del entorno.

La relación de la gestión de la cultura con los medios masivos de comunicación es sin duda importante, sin embargo la obsesión por ellos puede tornarse peligrosa puesto que existe la percepción de que lo que no aparece en ellos no existe. Además, las estrategias de los encargados de comunicación de varias entidades dedicadas a la cultura se centran en la entrega de información a los medios para que sean ellos quienes la difundan y logren la participación ciudadana.

“Hoy cualquier organización para la cultura debe poseer en su departamento de comunicación una estrategia base, nuclear, para conectarse directa y cómplicemente, con los ciudadanos. Cada día. Todos los días del año. Pues el objetivo primordial debe ser la organización, actuar en red con los ciudadanos a través de la comunicación”.¹³⁴

Nótese que, tanto Martha Palacios (Casa de la Cultura), Rodrigo Cajas (Secretaria de Cultura Municipio de Quito) y Liliana Navarrete (Municipio de Pedro Moncayo) reconocen las múltiples dimensiones de la comunicación, no obstante, hacen hincapié en la relación con los medios como la actividad principal de la comunicación en sus

¹³³ PUIG, Toni. Las políticas culturales son una farsa. www.tonipuig.com

¹³⁴ PUIG, Toni. “La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos”. PAIDOS. Argentina 2003.

organizaciones, y manifiestan que los grados de participación se miden en la asistencia del público a los eventos que se ejecutan.

Por esta razón la comunicación en gestión cultural debe centrarse en la creatividad de sentido para una atmósfera de vida y de avance en el convivir y las expectativas reales de vida mejor, más libre y compartida. En este sentido es necesario que se establezca una alianza con los medios de comunicación para que asuman que la información sobre la cultura no es exactamente igual que informar de espectáculos y glamour.

La comunicación es responsabilidad social. Porque comunicar es compartir, implicar. No es, sólo, informar. Ni, mucho menos, hacer propaganda. Comunicar implica compartir el valor de una entidad para que sea el impulso que cohesione el trabajo y los resultados entre los equipos. Comunicación debe ser sinónimo de atmósfera compartida, de ciudadanos asociados con la organización para la cultura. Se comunica contando historias, proponiendo retos, presentando horizontes. Sugiriendo. Informando. Invitando. Con el lenguaje de los ciudadanos. Como lo propone el presidente de la Junta Parroquial de La Merced, los contenidos de los mensajes deben estar apegados a las realidades de la gente, a como perciben sus contextos.

2.5.1.1 La gestión debe trascender los llenos...

Se ha demostrado que las instituciones trabajan diferentes tendencias, y desde luego manejan diversos enfoques en torno a la gestión cultural y la comunicación. Pese a estas diferencias comparten una tendencia y es el entender la eficacia de la gestión cultural desde las convocatorias, desde los famosos llenos totales. Hoy en día, la institución que mayor reconocimiento obtiene es la que ha conseguido mayor número de público y no solo a espectáculos, sino a talleres, cursos, etc. En el afán de llenar estos espacios se ha direccionado la actividad a cualquier tipo de público y se prioriza convocar, antes que diagnosticar, socializar el evento y generar verdadera participación ciudadana.

El Consejo Provincial a diferencia de la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, maneja una gestión cultural vinculada a la educación, desde el incentivo a la lectura, la pintura y sobre todo música. La institución cuenta con varios

grupos musicales, como el coro provincial, la orquesta sinfónica. Estos grupos afirma Naranjo, son símbolos culturales de la Institución y la provincia, quienes por un lado realizan presentaciones en varios espacios llevando su talento, y por otro, motivan a niños y jóvenes en torno a la música, por medio de conversatorios y capacitaciones a varios grupos de diferentes cantones de la provincia.

“Los niños acuden a eventos, conciertos, presentaciones y se les va educando musicalmente, podemos comenzar con un núcleo de ellos, que se convierten en referentes de sus amigos de escuela, barrio, iglesia..., y podrán ir comprometiendo su presencia y participación mayor, hasta formar parte de agrupaciones más grandes y formales, lo mismo ocurre con el teatro”.¹³⁵

La institución mantiene alianzas con el Municipio y el Ministerio de Educación, y sus convocatorias están destinadas a escuelas y colegios de toda la provincia. Se podría decir que la tendencia de esta institución está estrechamente vinculada a la educación, esto ha permitido llegar a muchos sectores y contar con asistencia masiva, porque el sinónimo de comunicar para esta entidad es convocar.

Sin embargo, cabe aquí una reflexión a manera de pregunta ¿hasta qué punto estos públicos dejan de ser espectadores y toman conciencia de la importancia cultural, participan o logran vincular estas actividades a la localidad?

Evidentemente la comunicación sería la herramienta adecuada para trabajar estos procesos y así las presentaciones de los grupos musicales no serían solo eventos y los niños asistirían a programaciones afines a sus gustos y necesidades. La institución reconoce que la comunicación que se ha trabajado durante años no ha sido la apropiada, el material de difusión por ejemplo, no ha sido pensado en función de las realidades del sector, al contrario, ha sido distribuido para llenar espacios. Esto ha generado que la comunicación de cierta manera entorpezca procesos y sobre todo que no se vincule al concepto de cultura.

¹³⁵ Naranjo, Raúl. IDEM.

Raúl Naranjo comenta que es imposible separar la comunicación de la cultura, que para trabajar la comunicación se debe entender la cultura y viceversa y que en la reestructuración que se está realizando en la Institución se ha planteado trabajar desde esta perspectiva, comunicación-cultura y se ha iniciado el trabajo con la radio provincial, donde la programación estará enfocada a la realidad y necesidades del cantón y será un espacio para que las localidades se reencuentren y al mismo tiempo se difundan e informe sobre actividades que se realizan constantemente.

En teoría esta es una alternativa, sin embargo, como se ha evidenciado, la práctica muchas veces difiere de estos conceptos. Esta es una realidad que se evidencia en todas las instituciones, quienes manejan teorías y conceptos muy acertados, donde la resignificación de cultura, gestión y comunicación ha sido sobre entendida, sin embargo, no han logrado generar ese vínculo institución e institución, peor con la localidad.

La gestión cultural y sus formas de comunicación siguen el patrón con el que se instalaron a inicios del año 2000, donde se optó decididamente por los grandes eventos, y además, mediáticos: si una programación no se encuentra en las páginas de los periódicos o en las pantallas de televisión no existe. El gestor muchas veces trabaja desde sus gustos para llamar la atención de los medios, sin reparar en las construcciones de sentido que un evento cultural puede implicar para el público que lo recibe.

Y aunque se comparte que, las estrategias de comunicación en el tema de gestión cultural tienen que incluir la información y el posicionamiento de un proceso en la opinión pública, esto debe servir para consolidar la construcción de participación y el fortalecimiento de la ciudadanía. Porque como ya se ha mencionado, la comunicación que potencia la participación es amplia, relacional, dialoga, propone y facilita espacios para la concertación, el intercambio de experiencias y la construcción colectiva, lo cual no es otra cosa más que las redes de relaciones por las que se transforma la cultura, lo que sin lugar a dudas pone de manifiesto y comprueba la relación que existe entre comunicación y cultura.

Una comunicación unidireccional, basada solo en los contenidos o en los mensajes, como menciona Mario Kaplun¹³⁶ al hacer referencia a los modelos de educación-comunicación, llegaría a ser autoritaria o manipuladora. Y es en esto donde las entidades para la cultura no pueden caer.

El fenómeno comunicativo como encuentro placentero entre una propuesta cultural y la colectividad ha sido descubierto a medias, como lo expone Rosa María Alfaro¹³⁷, y en muchos casos se han enarbolado sólo tácticas de relación con los públicos pero no verdaderos encuentros entre el mundo de la satisfacción, la creatividad y el cambio. Quizá por ello no se llega a formular un manejo estético alternativo donde el sólo encuentro del entretenimiento sea en sí profundamente liberador.

2.5.2 La comunicación desde la participación local ¿nueva tendencia, nuevo fracaso?

Al realizar un análisis de las instituciones que trabajan en torno a la cultura en la Provincia de Pichincha, el Ministerio de Cultura, se ha convertido en la posibilidad más adecuada de trabajar directamente con la localidad, desde la creación de proyectos que se trabajan en diferentes cantones de la Provincia, así como proyectos de trabajo con culturas urbanas, memoria histórica, patrimonio intangible, agendas culturales, etc.

Estas actividades han permitido que la población se vincule directamente a estos proyectos y participe de forma directa, rompiendo así los tradicionales eventos, exposiciones, etc.

El tipo de gestión que maneja el Ministerio de Cultura desde la Dirección Provincial de Pichincha esta direccionada a la creación de políticas publicas que sostengan el proceso. El objetivo principal es generar participación ciudadana, es por esta razón que su principal fortaleza es el trabajo local, desde las alianzas con gobiernos y actores locales.

¹³⁶ KAPLUN, Mario. "El comunicador popular". En CANTILLO, Lorena. Comunicación y gestión participativa. FLACSO 2009. Pág. 63.

¹³⁷ ALFARO, Rosa María "Descifrando paradojas ciudadanas. Una mirada cultural a la política". Calandria 1995.

Los proyectos que trabaja esta Dirección buscan que tenga incidencia en todos los cantones. Cabe recalcar que este tipo de gestión direccionada al trabajo de proyectos es nuevo en el país e inicia con la creación del Ministerio de Cultura hace apenas 4 años, lo que ha generado una nueva forma de ver y entender la cultura y ha abierto posibilidades de trabajar nuevas actividades que trasciendan la visión de cultura desde las artes.

Desde esta perspectiva se podría decir que apunta al ideal de gestión cultural, porque se evidencia la ansiada participación ciudadana desde la comunicación, sin embargo, sigue siendo una actividad impuesta, los proyectos nacen desde la institución y se proponen y difunden en las localidades y algunas veces no son demandas primordiales, o no están trabajadas en función de las realidades del sector.

Es necesario entender que la participación debe estar vinculada a la democracia que nace de las aspiraciones y prácticas de la gente.

“Implicar al ciudadano en los procesos de decisión, en especial en aquellas acciones de proximidad que más le afecta, es el gran reto de todos los procesos de democracia participativa puestos en marcha en estos últimos años, desde los consejos ciudadanos y los presupuestos participativos, los planes comunitarios o las agendas”.¹³⁸

Es necesario que se trabajen diagnósticos donde se analicen las necesidades del sector y las propuestas sean alternativas que ofrece la institución, y vayan tomando forma conjuntamente con la localidad, sus actores y representantes, debido a que, inevitablemente son los actores locales los que conocen las necesidades y realidades de su sector.

En este sentido el gestor debe trabajar procesos comunicativos más profundos con la comunidad, no limitar su labor a “invitar a participar en las actividades programadas e informar sobre un proyecto”, sino trabajar esas propuestas desde realidades y no ocurrencias.

¹³⁸ BONET I AGUSTÍ, Lluís, Factores condicionantes de la participación cultural.

“El gestor cultural, como mediador, tiene la difícil labor de vehicular actividades, productos y manifestaciones culturales de lógica diversa. Atraer públicos es una de sus funciones, pero programar en función de la detección de necesidades sociales y ciudadanas es otra”.¹³⁹

Para la DPDP la comunicación es una herramienta de vinculación ciudadana a los procesos de gestión cultural institucional, y están consientes que mediante el diálogo se construye participación, sin embargo, una de las fallas que se evidencia es que los proyectos limitan el componente comunicativo a la difusión de actividades, cuando se debería trabajar una socialización de la propuesta como dijimos antes, para que desde el inicio sea entendida, aprobada y vaya construyendo su incidencia.

“Los tradicionales actores de la gestión y la cooperación han tardado mucho tiempo en entender que la comunicación no es un proceso exterior a la cultura sino una dimensión constitutiva de la vida cultural”¹⁴⁰.

Limitar la comunicación a la difusión ha impedido esa conexión básica para trabajar gestión entre la institución y los actores, La comunicación debe ser entendida como una estrategia de cooperación que genera una relación ya no unidireccional y paternalista de trabajar el tema cultural, sino interactiva y recíproca, pues en lugar de buscar influir, aceptando que la cooperación es una acción transformadora tanto del que solicita como del que responde, y de todos los que intervengan en este proceso.

Beatriz Jarrín, Directora Provincial de Pichincha sostiene que la eficacia de los procesos comunicativos levantados en torno a la gestión cultural que realiza la institución se podrían sostener siempre y cuando se trabaje en la creación de redes, es por esto que Jarrín sugiere que se cree una red de gestores culturales, “donde se capaciten y fortalezcan mutuamente y así dejen la dependencia institucional y el Ministerio se convierta en facilitador de procesos desde los activistas culturales”¹⁴¹, lamentablemente en la actualidad esta red no se ha logrado construir, pero existen muchos proyectos como el analizado en este trabajo, que han buscado dar el primer paso y se ha logrado, pues

¹³⁹ BONET I AGUSTÍ, Lluís. IDEM.

¹⁴⁰ BARBERO, Jesús Martín. “La comunicación en la gestión de la cultura”. 2010. En: www.redinterlocal.org

¹⁴¹ JARRIN Beatriz. IDEM.

permitió que los colectivos evidencien la gestión de otros sectores y como las necesidades son las mismas pese a la diferencia.

Evidentemente las redes son una herramienta comunicativa que podría ir generando el diálogo entre gestores e institución, al mismo tiempo podrían ser una manera de que las instituciones trabajen conjuntamente las necesidades locales. En la actualidad existen algunos intentos de trabajar alianzas entre instituciones, un claro ejemplo es la creación de la Escuela de Gestión Cultural “Pakari Pacha” dirigida a gestores y actores locales de la provincia de Pichincha, este proyecto se ejecuta entre el Ministerio de Cultura y el Consejo Provincial y se ha convertido en una estrategia muy fuerte de ir dinamizando el trabajo cultural local en torno a proyectos.

Raúl Naranjo nos explica que este es el primer paso para construir una verdadera gestión cultural desde la localidad, y así los gestores y actores dejen de ver a las instituciones como generadoras de recursos económicos, y se trabaje en torno a las realidades de cada sector y se tome en cuenta que los proyectos culturales deben estar en función del desarrollo cultural, social y económico.

CAPÍTULO III:

HACIA UNA NUEVA METODOLOGÍA DE TRABAJO DE LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN CULTURAL: El comunicador como agente cultural

3.1 LA NECESIDAD DE UNA NUEVA METODOLOGÍA DE COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN CULTURAL

Haciendo referencia a los postulados de Jesús Martín Barbero¹⁴², los tradicionales actores de la gestión cultural han tardado mucho tiempo en entender que la comunicación no es un proceso exterior a la cultura sino una dimensión constitutiva de la vida cultural, pues una cultura está viva sólo mientras es capaz de comunicar, esto es de intercambiar e interactuar con otras culturas. En la actualidad las comunidades tanto urbanas como rurales están viendo a la comunicación como la forma de romper con la exclusión, como experiencia de intercambio y aprendizaje, como estrategia para la participación activa, la misma que es condición para el desarrollo cultural.

La comunicación y la cultura son campos fuertemente entrelazados. No es posible hablar de un proyecto cultural que no esté asociado con la comunicación. En una sociedad de la comunicación, como la actual, esta conexión se torna más acentuada. Comprender que la dimensión comunicativa está presente en todos los procesos culturales y que tiene sus reglas y sus desafíos que reclaman una intervención profesional específica es vital. Y también es un punto de encuentro ineludible en el campo profesional, gestores culturales y comunicadores tienen que trabajar cada vez más juntos. Quienes piensan, planifican o establecen estrategias culturales deben recurrir a la comunicación, y los expertos en comunicación están cada vez más obligados a pensar en las instituciones de la cultura y en los proyectos culturales como un terreno específico de su profesión, que también requiere investigación y un pensamiento propio.

Washington Uranga señala que "la gestión de procesos comunicacionales es un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan o ponen en juego una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de los grupos, las organizaciones y las comunidades."¹⁴³ El autor destaca que dentro de este proceso se integran diferentes funciones de la gestión.

¹⁴² BARBERO, Jesús Martín. "La comunicación en la gestión de la cultura". Pág. 343. En: www.redinterlocal.org

¹⁴³ URANGA, Washington. "Gestión de la comunicación: un proceso integral". Ponencia del Grupo de Trabajo ENDICOM Comunicación: empresas, instituciones y organizaciones, CD IV ENCUENTRO

La planificación, mediante la cual se busca establecer objetivos, buscar alternativas e identificar acciones para alcanzarlos. El diagnóstico, condición previa y esencial de la planificación, es un ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación de comunicación que permite distinguir y comprender las relaciones entre los actores, advertir los problemas y poner en evidencia las potencialidades existentes.

Destaca además que la gestión comprende funciones de organización, dirección y ejecución y evaluación. La secuencia diagnóstico-planificación-organización-dirección-ejecución-evaluación, se trata de una totalidad pero cuyos elementos no se suceden linealmente sino que forman parte de un todo inseparable.

Si entendemos que la gestión es el desarrollo de estrategias de acción en función del cambio pensamos en los procesos de gestión desde un lugar político, debido a que la gestión implica siempre una mirada y un hacer político.

Cuando hablamos de políticas de lo que se entiende por cultura no hay que olvidar que está implícita una concepción del otro y de lo otro, del sujeto, de la sociedad y en esos lineamientos se leen, también, las ideas sobre el rol de estos organismos del Estado. Es precisamente en este cruce entre los modos de organización y las concepciones de arte y cultura donde la mirada comunicacional se vuelve central para analizar el proceso. Es necesario no perder la concepción de praxis, sino entender los discursos como claramente imbricados en lo material, en las costumbres. Es por esta razón que no pueden desvincular las prácticas de las representaciones.

“No es posible acabar con la ideología y simplemente vivir lo real. Siempre necesitamos sistemas a través de los cuales representarnos lo que significa lo real, para nosotros y para los demás” (...) “Experimentamos el mundo gracias y a través de los sistemas de representación de la cultura. La experiencia es el producto de nuestros códigos de inteligibilidad, de nuestros esquemas de interpretación.”¹⁴⁴

DE DOCENTES E INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN DEL MERCOSUR (ENDICOM)
Montevideo (Uruguay), 2001.

¹⁴⁴ HALL, Stuart. “Significado, representación, ideología: Althusser y los debates post estructuralistas en Estudios Culturales en Comunicación. Morley y Walkerdine compiladores. Pág. 47.

La mirada comunicacional está, entonces, en reconocer las negociaciones de sentido, en pensar las significaciones que se hacen en torno a la cultura, lo que debe ser integrado y aquello que no es reconocido. Este reconocimiento (o desconocimiento), estos juegos que posibilitan la legitimación (visualización) y que producen la institucionalización constituyen un punto nodal del análisis comunicacional “la comunicación resulta hoy imprescindible para comprender y desentrañar la complejidad de las prácticas que se dan en la realidad social y en las organizaciones”¹⁴⁵ Es preciso entender que la comunicación es quizá la única posibilidad de hablar de gestión cultural, pensada desde la cultura en todo su concepto.

Ahora bien teniendo claro que la única forma de gestionar es a través de la comunicación es necesario que los mediadores o gestores culturales manejen estas concepciones comunicativas y superen el concepto tradicional de “cultura” que la limita a festivales, por lo tanto se propone un nuevo accionar cultural, una nueva mirada de intervenir y mediar los espacios culturales. Le toca por tanto a la comunicación la promoción del debate público dentro de un modelo comunicacional que busca la creación y mantenimiento de redes de diálogo y producción simbólica, diferenciándose del modelo marketero publicitario (sin negar algunos usos importantes del mismo) y del difusionista centrado en la transmisión de información.

“Se trata de definir una comunicación que se coloque al centro de la creación y el mantenimiento de lo público en el sentido constructivo, entendido como intereses, espacios e imágenes comunes, que garanticen una democracia culturalmente vivida, es decir asumida como valor y práctica. Sabiendo que entre consumo y ciudadanía se gestan hoy articulaciones significativas y que la democracia se relaciona mucho con los medios porque mediante ellos se visibiliza el poder”.¹⁴⁶

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

¹⁴⁵ URANGA, Washington. “Gestionar la comunicación: en las prácticas sociales y en las organizaciones”. Ponencia presentada en el I Congreso de RedCom, septiembre de 2000 en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

¹⁴⁶ ALFARO, Rosa María. *Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones*. Calandria. En: www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n18/18alfaro.html

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.

Ello se traduce en organizar un foro público permanente e incorporar a los sectores populares como protagonistas importantes, no los únicos, y cuyos temas recojan sus problemáticas y apunten a la inclusión social. Tarea no sencilla pues no sólo es política sino que significa una transformación de las narrativas y estéticas de comunicación de manera que posibiliten una expresión y un diálogo plural y creativo. Se trata de inducir un encuentro de la sociedad consigo misma y con el futuro a buscar. Inclusive, las dimensiones educativas de carácter ciudadano a incorporar no sólo deben estar presentes en los medios sino en las prácticas directas de la población, moviendo a la sociedad en su conjunto.

En este sentido, “el gestor/comunicador como intermediario cultural tiene la posibilidad de situarse en la tensión que producen las distintas lógicas del sector cultural,¹⁴⁷ y propiciar procesos que articulen a activistas culturales institucionales, gestores locales y ciudadanía, para conseguir que los temas vitales de la cultura ingresen en las agendas públicas y sean los ejes en torno a los que se concreten las acciones. Aquí se hace una insistencia por el diálogo como estrategia fundamental para llegar a acuerdos, para que tanto proyectos como productos culturales correspondan a las necesidades/demandas de la colectividad, y sus impactos puedan ser sentidos en todas las dimensiones del desarrollo.

¹⁴⁷ BOVONE, Laura. “Os novos intermediarios culturais. Consideracoes sobre a cultura pos-moderna”. En: FORTUNA, Carlos. *Ciudad, Cultura y Globalización*. Ensayos de Sociología. Celta Editora, Oeiras 1997. Pág. 120.

3.2 PROPUESTA: EL COMUNICADOR SOCIAL COMO AGENTE CULTURAL Y LAS REDES DE COOPERACIÓN

El reto básico en la investigación es la creatividad, la capacidad de configurar posibilidades a partir de posibilidades

Jesús Galindo

La propuesta que se presenta a continuación se desprende del análisis realizado a los conceptos, prácticas y experiencias en torno a la cultura, su gestión y la comunicación en cinco instituciones dedicadas al tema cultural en la provincia, las direcciones de comunicación y cultura de dos gobiernos locales; y, la planificación y ejecución de un proyecto cultural en el que se involucraron cinco colectivos de la sociedad civil.

Ella se inclina a ser un marco metodológico referencial para los profesionales de la comunicación que están vinculados al área cultural, y tienen en sus manos la labor de presentar proyectos y productos culturales a las localidades, y lograr que estos generen impactos para el desarrollo así como procesos de participación. Y se orienta a que sea el comunicador quien medie en los procesos culturales, pues es quien de mejor manera debe entender la profunda e indivisible relación entre comunicación y cultura, y por ello la necesidad de propiciar espacios de diálogo donde el trabajo cultural sea una articulación de propuestas, necesidades, derechos, acciones entre instituciones y sociedad civil, es decir un sistema de trabajo en red para la cooperación entre actores culturales.

La propuesta que se presenta posee una **metodología de reflexión-investigación-acción**, que consiste en una práctica reflexiva social en la que interactúan la teoría y la práctica con miras a establecer cambios apropiados en la situación estudiada. La **reflexión** es el primer paso, en este proceso se analiza y redefine lo que hemos venido haciendo hasta hoy en el tema cultural, la reflexión es un ejercicio que tiene como objetivo plantearnos esas preguntas esenciales de la gestión: qué queremos, cómo lo lograremos, con quién lo haremos. La **investigación** se centra en conocer los contextos físicos y subjetivos en el que se va desenvolver el trabajo de comunicación, adentrarse a las complejidades, analizar el mundo de relaciones de las colectividades, detectar los

actores con quienes se puede trabajar y los que representan un reto de participación. Se trata de leer situaciones de comunicación a través de saberes, herramientas que nos entrega la comunicación como teorías y metodología tales como: análisis de relaciones interpersonales y grupales; análisis de flujos de información; lectura crítica de mensajes, análisis y planificación de medios, investigación de interlocutores y de instituciones. Y la **acción** es la construcción de algo que es fundamental en el trabajo cultural: las redes de cooperación en base a la participación.

Lo anterior está a su vez íntimamente ligado con lo que Daniel Prieto Castillo denominó el comunicador/investigador¹⁴⁸, quien se integra a las prácticas de los actores sociales y se deja atravesar por los sentidos que allí se generan. Lo que se espera destacar de esta idea es una relación dialógica entre los investigadores/comunicadores y los actores sociales/culturales. Lo dicho evidentemente, implica reconocer la complejidad del campo.

Asimismo, la presente propuesta plantea cuatro ejes fundamentales para el trabajo de la comunicación en los procesos de gestión cultural: el perfil del comunicador como agente cultural de una institución, las redefiniciones de conceptos clave como la comunicación, la cultura y la gestión, (ambas realizadas desde el proceso de reflexión) la construcción de estrategias de comunicación (que tiene que ver con la investigación que el comunicador hace sobre el campo en el que va a trabajar) y finalmente la importancia y necesidad de la creación de redes de cooperación (como la forma de accionar los dos procesos anteriores). Todas ellas tienen como objetivo utilizar las diferentes dimensiones de la comunicación para lograr procesos de participación, por medio de los cuales sea posible construir las tan anheladas políticas culturales.

En definitiva esta propuesta defiende, apoya y moviliza a la democratización de los procesos comunicacionales basada en el reconocimiento de las capacidades de cada uno para expresarse, para describir su respectiva realidad, construir conocimientos y transformar las relaciones sociales en que está inserto. Ser capaces de integrar, hacerse

¹⁴⁸ PERELLÓ, Luciana. "Daniel Prieto Castillo, la planificación como una experiencia decisiva". Unidad de investigaciones Universidad ORT del Uruguay. En: www.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/perfis%209-2.htm

cargo del mayor número de aportes y demandas sociales comunicadas y comunicables, es decir, capaces de ser puestas en común.

3.2.1 El perfil del gestor cultural y sus competencias

Me cautivó la gestión cultural, eso era lo que yo quería, el hecho de entender la cultura como el punto desde donde se originan y hacia donde convergen todas nuestras acciones, actitudes, formas de vida, costumbres, tradiciones, era el punto de partida de mi recorrido y darme cuenta, al mismo tiempo, que es solo el principio, porque a medida que me voy adentrando se extiende el abanico de caminos posibles.

Olivia Bringas.*

A lo largo de la investigación hemos evidenciado que la gestión cultural toma forma y fuerza desde el enfoque del gestor cultural, es decir, está en manos del gestor, el llevar la teoría a la práctica.

El gestor cultural entendido como mediador que trabaja entre diversos actores sociales que ponen en juego las distintas fases de los procesos culturales, es quien lidera el trabajo en cultura y al mismo tiempo es a través de él que se pone en marcha todo el proceso de creación de participación desde el ámbito cultural.¹⁴⁹ Por ello es importante recalcar que para que esa mediación sea efectiva, es necesario que el gestor cultural posea una formación amplia, asegurando una comprensión y una valoración de las prácticas culturales que promueve y unas habilidades y conocimientos técnicos, para que sea efectiva su acción transformadora en el proceso de desarrollo cultural.

En materia de cultura, y más concretamente en la gestión cultural, no existen modelos exclusivos, sino diversas prácticas, tendencias y concepciones que ayudan a la identificación y diseño de los mismos de acuerdo con sus contextos.

En este sentido, las políticas y estrategias de gestión cultural deben ser el resultado del conocimiento y el reconocimiento del medio en el cual se da una cultura. El gestor cultural es un mediador que opera entre los diversos actores sociales que ponen en juego las distintas fases de los procesos culturales. Pero para que esa mediación sea realmente efectiva y productiva, es preciso que el gestor cultural posea una formación amplia

¹⁴⁹ * Miembro fundador del Colegio Mexicano de Gestores Culturales. Dirige la unidad de postgrados de Gestión Cultural de la Universidad de Buenos Aires.

¹ MARTINELL, Alfons. "La formación en gestión cultural en Iberoamérica: reflexiones y situación". Red IBERFORMAT. Bogotá. 2002. Pág. 78

asegurando una comprensión y una valoración de las prácticas culturales que promueve y unas habilidades y conocimientos técnicos que le permitan culminar con éxito su tarea.

Si la sociedad es plural, el sector cultural ha de ser plural, es decir, no dirigido únicamente ni por el Estado ni por el mercado y la gestión deberá ser también plural. Muchos aportes plantean y reconocen a la sociedad civil como motivadora y responsable de la cultura, y a la gestión como una herramienta para su validación y fortalecimiento. En este sentido es necesario profundizar en algunas competencias que debe tomar en cuenta el gestor cultural, las cuales se detallan a continuación:

- **Ampliar la Mirada Cultural**

Ver mas allá de lo evidente, reconocer que dentro del mundo de la cultura no existe una realidad, al contrario existen REALIDADES, solo cuando el gestor reconoce al otro, es capaz de intervenir conjuntamente con él en la realidad de determinado sector, es necesario formular procesos reflexivos, tanto en sí mismos como con las personas con las cuales interactúa el gestor cultural¹⁵⁰. Recuperar y mantener esa capacidad de admiración de todo lo que se va ha encontrar en el camino, ver mas allá de lo presentado, dejar que la mirada y el sentido se apoderen del gestor, porque solo así entenderá esos tras líneas de las historias y podrá ir entendiendo esas múltiples realidades en las que intervendrá.

Los encuentros cotidianos, en la tienda, en la calle, permiten que desde esta apertura de la mirada se realice una lectura a profundidad de la persona y su entorno, que evidencie el deseo de conocer al otro, esto permitirá generar condiciones óptimas para iniciar el diálogo inicial para posteriormente intervenir.

¹⁵⁰ HERNÁNDEZ, Alfonso. “El gestor cultural en formación continua, Hacia una formación en competencias”. VI Encuentro Internacional “Formación en Gestión Cultural”. Tulcán 2009. En: Gestión de Políticas Culturales. Cuaderno 1. Fondo Editorial Ministerio de Cultura del Ecuador. Colección Cuadernos. Quito-Ecuador 2009.

- Comprender la Condición Humana
- Una vez que el gestor ha ampliado su mirada debe comprender la condición humana desde su complejidad, donde coexisten la vida y la muerte, la salud y enfermedad, la guerra y la paz, el diálogo y la ignorancia del otro, etc. Desde esta perspectiva valdría la pena tomar descripción de la condición humana de Morin: Es necesario comprender al ser humano como un ser plenamente biológico y plenamente cultural que lleva en sí esta unidualidad originaria.¹⁵¹

La gestión cultural contribuye al desarrollo humano, en él encuentra su sentido y finalidad, es precisamente aquí donde el pensamiento ético permite que se den procesos de reconocimiento y valoración de las propias prácticas culturales de los seres humanos, donde se reconozcan las herencias culturales propias y del otro, entonces solo así se puede comprender de la diversidad cultural los retos y desafíos.

- Entender la Vida Social

Es en este punto el gestor cultural, debe comprender las diferentes formas de organización y desorganización, entender las desigualdades y accesos que existen hacia el uso de recursos, las diferentes formas en las que se llegan a los acuerdos sociales y como estos se mantienen a lo largo de la historia. La complejidad de la vida social y desde esta comprensión empezar a trabajar; muchas veces el gestor descuida esta competencia y direcciona el trabajo a transformar y cambiar las diferentes formas de organizarse o manejarse socialmente determinada localidad.

Es por eso que el gestor debe entender, comprender y desde luego respetar estas diversas formas sociales en las que va a intervenir. Los medios de comunicación masiva ocupan un lugar especial en esta fase y es el gestor quien debe entenderlos y utilizarlos. El gestor cultural comparte con los medios de comunicación aquellas funciones mínimas de Laswell: Vigilar el entorno social, poner en relación los actores que en él intervienen y transmitir la herencia social: un uso adecuado de estas funciones permite que la gestión

¹⁵¹ MORIN, Edgar. "Los siete saberes necesarios para la Educación del futuro". UNESCO, Paris, 1999

cultural vaya propiciando encuentros entre los actores, para generar relaciones, por ejemplo entre historiadores, músicos, comerciantes, etc.

- Capacidad de Agencia

Es muy importante que el gestor se asuma como agente y actor de los diferentes procesos en los que trabaje, no limitar su rol a actor, al contrario, intervenir directamente en la vida social poniendo en juego sus propios recursos y los de la localidad ha intervenir.

En la agencia del gestor cultural existe una fuerte tensión: la tensión entre el impulso y el freno, entre la conservación y la renovación, el cambio y la permanencia, que son inevitables en la vida social y que condensa una delicada realidad en las relaciones sociales.¹⁵²

Entonces el reto es ir trabajando la gestión desde ese delicado equilibrio de la renovación y la tradición.

- Disposición de aprender de otros y apoyarnos en ellos

Esta competencia es la plataforma del gestor cultural, vincular problemas públicos con inquietudes personales. La gestión cultural es posible mediante el intercambio de experiencias y conocimientos, el trabajo en equipo, la cooperación entre actores, gestores, vecinos, etc., es imprescindible al momento de trabajar en torno a la gestión cultural, es en este momento cuando ampliar la mirada, entender la condición humana y la organización social permiten al gestor tener capacidad de agencia y solo de esta manera convertir al gestor en un actor – agente mediador en función del desarrollo cultural de determinado sector.

3.2.2 Hacia las redefiniciones de conceptos claves (comunicación, cultura y gestión)

Redefinir los conceptos y los roles de la comunicación en el trabajo de gestión de la cultura resultan luego del análisis realizado, hoy más que nunca vitales y necesarios, puesto que, solo la profunda reflexión sobre la importancia de asumir la comunicación

¹⁵² HERNÁNDEZ, Alfonso, IDEM

desde las mediaciones y el diálogo, la cultura desde la construcción simbólica de la vida y la gestión como las ideas y la acción, nos acercarán a la construcción de procesos de participación donde el trabajo en cultura sea un reflejo de las potencialidades de las localidades en estrecha relación con la técnica que las instituciones pueden ofrecer. La comprensión teórica de estos tres postulados nos acercarán a quizás, la única forma de trabajo en el tema cultural: las redes de cooperación entre actores, gestores e instituciones de la cultura.

Un primer paso para ello es acercarnos a los sentidos de la **comunicación**. El sentido en términos de comunicación alude principalmente al mundo de las relaciones simbólicas instituidas entre unos y otros individuos pertenecientes o no a un mismo grupo social. Y estas relaciones de intercambio simbólico se realizan a partir de las identidades que construyen las personas como parte esencial también, de su sentido de existencia¹⁵³. Por ello, como resultado de la investigación presentada, se ha insistido en la urgencia de reconfigurar la práctica de la comunicación más allá de las mediciones y el uso instrumental de los medios.

Una redefinición de la comunicación en los conceptos que maneja el agente cultural, lleva necesariamente a tener una mirada integral de ella, es decir desde el diálogo, la participación, la concertación, desde lo interpersonal pero también desde lo masivo. Es decir la comunicación debe ser vista desde los complementos. Como revisamos en el análisis de las entidades de la cultura de la provincia hay dos formas de comprender el componente comunicativo: desde la difusión y desde la participación, no obstante, no se encuentran bien definidos los roles y objetivos de cada una de ellas. Pensamos que una articulación entre estos dos modos de pensar es válida para crear participación y vinculación. La comunicación en la cultura deja entonces de tener la figura del intermediario entre creadores y consumidores, para asumir la tarea de disolver esa barrera social y simbólica descentrando y desterritorializando las posibilidades mismas de la producción cultural y sus dispositivos.

¹⁵³ CANTILLO, Lorena. “Comunicación y gestión participativa: perspectivas para el fortalecimiento”. FLACSO 2009. Pág. 164.

Pensar en la comunicación en el trabajo de la cultura implica pensarla desde la complejidad del proceso. Quizá uno de los mayores problemas relacionados con la comunicación sea suponer que es fácil comunicarse correctamente, es decir asumir el hecho comunicativo desde la emisión de mensajes hacia un receptor y esperar la tan ansiada retroalimentación. La verdad es que, en base a la investigación presentada es posible evidenciar que la comunicación se confunde con la presentación y socialización de un determinado proyecto a una localidad, y esperar su participación sin que hayan sido sus actores quienes encabezan el proceso de construcción del mismo.

Pensar un acto comunicativo implica tener en cuenta las **relaciones** entre actores locales e institucionales, la forma en que los mensajes se ponen a consideración, los marcos de referencia de quienes interactúan, los propósitos (intereses y objetivos) que tienen para comunicarse, el ambiente en donde se da la comunicación, los impactos de los mensajes, los canales por los cuales estos se propagan, etc. Comunicar es todo aquello que permite convertir las ideas en acción a partir del compromiso que su uso genera.

Al referirnos a la acción, hay que tomar en cuenta la definición de gestión que dimos en primera instancia, cuando la relacionamos a la acción. **Gestionar en cultura** es hacer, ponerse a trabajar y lograr resultados: tener claro qué queremos, para quién lo queremos y cómo lo haremos, y ello es posible gracias a una fuerte comunicación entre actores. Gestionar y comunicar comporta tener claro con quienes esperamos relacionarnos, qué queremos conseguir y sobre todo actuar.¹⁵⁴

Cuando se habla de **cultura** dentro de un marco institucional, existe una especie de pudor que impide tratar la cultura con todas las implicaciones que ello tiene, por lo general suele tomarse a la cultura desde su concepto clásico, donde se abordan por un lado las artes y por el otro la interculturalidad y las diversidades. No obstante no se recoge un aspecto fundamental: **la cultura no existe en estado puro**, más aún la clave

¹⁵⁴ PUIG, Toni. “Se acabó la diversión. Ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía”. PAIDOS Tramas Sociales. Buenos Aires 2004. Pág. 62.

para la redefinición de un concepto tan complejo como este es entender que la cultura no existe, es una construcción ideológica; la sociedad le da el nombre de cultura a una suma de prácticas sociales que están necesariamente vinculadas al mundo de la producción, aunque no forman parte de ella.¹⁵⁵

Y, aunque ya se ha insistido anteriormente en el sesgo de las definiciones de cultura, es preciso hacer hincapié en esta realidad pues, el colocar a la cultura en un apartado distinto del resto de la vida ha conducido a tener una visión angelical de la misma, y esta visión -ya se ha comprobado- solo puede favorecer a quienes, en última instancia, se van a favorecer de las prácticas económicas que están necesariamente vinculadas a la cultura. Es decir, los mismos actores u organizaciones civiles de la cultura que han estado presentes en los escenarios durante décadas.

Pero, ¿cuál es la trascendencia de otorgarle a la cultura otra mirada?, porque sencillamente sin cultura no es posible la vida social. Por un lado, la cultura está mirando al pasado, hacia todo lo que ya ha ocurrido, a todo lo que constituye la experiencia humana acumulada; la cultura es en ese momento conservadora de la existencia mediante la cual es posible la herencia de todo lo que se aprendió, de todo el conocimiento y los valores que se fueron acumulando a lo largo del tiempo, en este sentido llegamos a un primer acercamiento de lo que es cultura: ella representa a la memoria (lo cual no debe ser confundido con patrimonio), hablamos de una memoria colectiva, una memoria social. Por otro lado, la cultura está siguiendo constantemente algo que no existe todavía, algo que no es y se quiere que sea, aquel mundo que se sueña y se pretende construir. En este sentido cultura también es deseo, sed de aquello que es nuevo.¹⁵⁶

Entonces tenemos que, entre la memoria y el deseo existe una relación, una tensión dialéctica, son fuerzas opuestas, pero la una no es posible sin el otro, no es posible la

¹⁵⁵ TINAJERO, Fernando. "Experiencias de Legislación Cultural Ecuatoriana". En: Gestión de Políticas Culturales. Cuaderno 4. Fondo Editorial Ministerio de Cultura del Ecuador. Colección Cuadernos. Quito-Ecuador 2009. Pág. 79.

¹⁵⁶ TINAJERO, Fernando. Opcit Pág. 82

memoria sin deseo; cuando se deja de desear se empieza también a olvidar y viceversa, cuando se empieza a olvidar se vuelve incapaz de crear. Ahora bien, el siguiente paso en esta reflexión es que, del afán de cumplir el deseo sobreviene la capacidad de crear fórmulas en las que en base a esa memoria se pueda construir lo que se desea. En el caso de las instituciones de cultura están los proyectos, fondos, festivales, etc., que intentan un acercamiento entre actores y Estado, los actores culturales por un lado consientes de su memoria social y cultural expresen sus deseos y la institución se encarga de potenciar esas creaciones y articularlas hacia la colectividad. Es en este momento donde al tener clara la noción de cultura ingresa el componente comunicativo, el mismo que es esencial para lograr esas articulaciones, y la gestión como la acción requerida para conseguir esos logros.

En algo que todos los involucrados al trabajo cultural deben estar de acuerdo es en que son los ciudadanos, la sociedad civil, la gente la que crea y transforma la cultura, esta no es pertenencia de lo estatal o lo privado. La cultura es el motor y la creadora de la vida individual y colectiva y en este sentido solo puede ser plural: aunando voluntades y estilos de vida de ciudadanos diferentes. La gestión de la cultura debe ser democrática: siempre con los demás.

No obstante, aunque parezca sencillo situar a la sociedad civil en el centro, en el corazón de la cultura, comporta una tarea descomunal: reinventar la mayoría de organizaciones, sus directivos, sus presupuestos, sus equipos, sus servicios. Por ello la construcción de estrategias en torno a lo comunicativo se vuelve una necesidad a la hora de trabajar la gestión de la cultura.

3.2.3 La necesidad de una estrategia de comunicación en el ámbito cultural:

Históricamente las organizaciones para la cultura de la provincia no le han otorgado a la comunicación mayor importancia que la de difundir y relacionarse con los medios masivos. Encontrar entidades con experiencias y aprendizajes realizados en el tema no es común, sobre todo si se tienen en cuenta las implicaciones de este proceso. No obstante, se desprende del análisis también que, quienes tienen claro de mejor manera el rol de la comunicación en la cultura son los colectivos de la sociedad civil, pues aunque

de manera empírica construyen a diario procesos de comunicación en sus localidades, y estos procesos son los que deben ser observados, analizados y validados por el agente cultural.

Por tanto, el agente debe entender que comunicar es mucho más que acceder a los medios masivos de comunicación. Comunicar es planificar qué calidad de conversación vamos a tener, cómo se forjan alianzas y cómo se logra la vinculación con otros sectores. 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

La estrategia de comunicación en el tema cultural parte de la comprensión de esta desde el mundo de las relaciones, lo que permite la construcción y el intercambio de sentidos de existencia. Al hablar de relaciones se hace referencia no solo a las relaciones interpersonales, sino a un conjunto de aspectos que posibilitan la creación de espacios de comunicación, en ello se incluye la relación con el territorio, con los actores de ese territorio, con las acciones políticas y sociales que respaldan los procesos.

- La clave de las relaciones comunicativas es la interculturalidad:

La comunicación no puede existir en el vacío. La cultura proporciona el contexto adecuado para que surja, pero una cultura no puede sobrevivir sin comunicación, pues depende de ella para su iniciación, mantenimiento, cambio y transmisión. La cultura es

por sí misma un sistema de comunicación. Las complejas interconexiones de los hechos culturales transmiten información a sus participantes. Tal y como observó Hall, la cultura es comunicación y la cultura se demuestra en el proceso de la comunicación entre diversas culturas.¹⁵⁷

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.

De esta manera, se puede decir que la comunicación intercultural es el proceso de interacción simbólica que incluye a individuos y grupos que poseen diferencias culturales reconocidas en las percepciones y formas de conducta, de tal forma que esas variaciones afectarán significativamente la forma y el resultado del encuentro.

- Las relaciones con el territorio

Cuando se habla de la comunicación como relación con el territorio es necesario que el agente 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. Entonces, territorio cultural será una configuración compleja de espacios, naturales, históricos, sociales y representacionales, que determina y en el cual se desarrolla cierta actividad, denominada cultural. 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,

¹⁵⁷ HALL, Stuart. (1966). "The Silent Language". New York Doubleday.

de pertenencia y de identidad a partir de la cual, se configuran los arreglos espaciales y temporales de una cultura.¹⁵⁸

El territorio tanto tangible como 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. He aquí el gran reto del comunicador/agente cultural: buscar las maneras para que esas “mediaciones” hacia el vínculo se realicen. Y es que el territorio es el punto de encuentro generador de expectativas y primeras miradas hacia la concreción de proyectos que induzcan impactos positivos en la localidad, pues nada mejor para una localidad que su entorno se vea afectado positivamente gracias a su participación activa y la colaboración de la institución.

Este reconocimiento del territorio como parte de una estrategia de comunicación, es el camino por el cual es posible descubrir las prácticas y acciones sociales que se dan entre actores locales en la cotidianidad, es por ello que la comunicación que genera procesos participativos es constante, es una acción permanente, es decir se gestiona desde la continuidad y vigencia de procesos, en estrecho reconocimiento de las singularidades de un territorio.

Como observamos en la ejecución del proyecto, cada colectivo se desarrolla de acuerdo al territorio que ocupa: en la calle desde el colectivo hip-hop Lado Sur, en la relación con la naturaleza y el campo en el caso de las juntas parroquiales de Olmedo y La Merced, en el barrio desde el colectivo ecologista “La Hueca”, y en la hibridación entre lo urbano y rural en Pedro Moncayo. No obstante, estos territorios no se limitan a lo geográfico, sino que tiene que ver también con los territorios ideológicos, con los imaginarios sociales construidos, con los territorios simbólicos y las dinámicas que se presentan en ellos.

¹⁵⁸ 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.

Y es el trabajo del comunicador situarse en los puntos de encuentro de los territorios de las localidades y actores culturales, y entender las dinámicas para posteriormente trazar un mapa, una hoja de ruta de un proceso de comunicación, que parta desde el territorio – medio y herramienta de comunicación, soporte y marco de expresiones de comunicación, y punto de encuentro socio cultural—, y avance a la profundización del conocimiento y posterior práctica de procesos de gestión cultural. Como lo expresa Barbero, de lo que se trata es de convertir estos territorios en puntos de acceso y transmisión, de activación y transformación del sentido de comunicar, y volcarlos hacia procesos de participación activa.¹⁵⁹ De ahí que, comunicar con estrategia requiere desarrollar fundamentalmente una gran habilidad para escuchar y entender el entorno el entorno.

- Las relaciones con los actores

Al respecto de las relaciones entre institución y actores culturales se debe tener como primera consideración que, en todo acto para la cultura se debe pensar en el otro. 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 comunicador/agente cultural: optar por un cambio radical: la gente, los ciudadanos primero. Los ciudadanos que desean una vida

¹⁵⁹ BARBERO, Jesús Martín. “Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura”. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición. Chile Santiago 2002. Pág. 258.

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.

Cuando se habla de la relación con la gente, es vital comprender que la comunicación como motor y creadora de participación solo puede ser plural: sumando voluntades y estilos de vida de actores diferentes. He aquí otra de las grandes redefiniciones necesarias en el trabajo cultural, debemos celebrar (que es mucho más interesante que tolerar) las diferencias. Es precisamente la diversidad de actores y opiniones una oportunidad valiosa para unirse y aprender nuevas formas de percibir, comprender e interpretar las relaciones en comunidad.¹⁶⁰

Cuando nos referimos a la comunicación como relación con la gente debemos inclinarnos hacia una comunicación que genere confianza, transparencia y credibilidad.

3.2.4 La cooperación entre gestores hacia una construcción de redes

“Nuestra interdependencia nos transforma en ángeles con apenas un ala, que no logran volar si no lo hacen abrazados”.

José De Souza Silva

Una vez que hemos atravesado el camino de la necesidad de redefinir tanto los roles de los gestores culturales como los conceptos de comunicación, cultura y gestión; y haber, comprendido la importancia del mundo de las relaciones, avanzamos hacia la ACCIÓN, que se traduce en la cooperación y el trabajo en redes como la posibilidad más efectiva para poder gestionar la cultura desde lo local y lo público.

A lo largo de la investigación evidenciamos como la teoría y las iniciativas trabajadas tanto en la institución como en la localidad buscan una gestión cultural direccionada a procesos sostenibles y reales dentro de los espacios a intervenir, sin embargo, en el

¹⁶⁰ TORTI, Ariel. “Comunicar para cooperar”. ESPACIO Editorial. Primera Edición. Argentina Buenos Aires 2006. Pág. 18.

camino esta línea pierde su rumbo y empieza a distorsionarse, limitando la gestión desde la institución por ejemplo, a “lentos totales”, proyectos incoherentes, etc.

Es posible reconceptualizar la cultura, la gestión y abrir procesos comunicativos que permitan fortalecer y hablar de una nueva gestión cultural. Pero, ¿cómo lograr que el trabajo sea compartido, que el fin siga los mismos caminos?

En la actualidad evidenciamos trabajos aislados entre colectivos e institución. Por un lado la función de la institución es fomentar la ansiada participación ciudadana y generar políticas culturales en función de la constitución y el plan de desarrollo del Buen Vivir y por otro lado la localidad necesita generar y accionar procesos de revitalización cultural más fuertes y con mayor incidencia. A simple vista podemos observar que la una necesita de la otra para ser efectiva, sin embargo, en la práctica no se evidencia esto y es precisamente porque trabajan un objetivo de manera aislada y desde una perspectiva egoísta donde el colectivo local solo necesita que la institución entregue recursos y ellos dan el contenido, la institución cumple actividades y horarios, dejando a un lado el involucramiento.

Tanto institución como actores locales han perdido el encanto entre ellos y han olvidado tal vez una de las características más importantes del gestor cultural: la cooperación vista desde esa disposición de aprender de otros y apoyarnos en ellos.

La gestión cultural está marcada por la teoría y lo empírico y necesita irse equilibrando entre estos dos puntos, si hacemos un breve análisis, podemos darnos cuenta que la institución trabaja desde una teoría y el colectivo cultural desde la experiencia desde el acercamiento directo a los actores. Cabe recalcar que las dos posturas son válidas y necesarias para un verdadero proceso de gestión cultural.

- Hacia una participación real

La institución se ha caracterizado por trabajar proyectos y propuestas armadas desde una supuesta necesidad, alguien tuvo la brillante idea de recopilar en un audiovisual la

memoria de un sector, o se le ocurrió llevar el Ballet Ecuatoriano de Cámara a Olmedo, o proponer una presentación de la Sinfónica Nacional en Alausí, pero ¿alguien le preguntó a la gente si quería o si necesitaba y aunque suene duro si entendía de que se trataba? En la mayoría de casos no. Ejemplo claro de la desarticulación y la poca cooperación entre instituciones de la cultura y sociedad civil se dio hace un par de años en Puerto Quito: Una institución encargada de la realización de una feria cultural entregaba a los visitantes postales de Joaquín Gallegos Lara, y la gente tomaba la información y se peleaba por recibir más postales de otros escritores, lo que para los activistas culturales de la organización se tradujo en un éxito de gestión; sin embargo, 10 minutos después el parque central de la ciudad terminó lleno de postales en el piso, parecía una instalación pero en verdad la gente había arrojado las postales, al preguntar al señor de la tienda respondió, es que muchos aquí no sabemos leer...

Este tipo de historias se repite en cada rincón de nuestro país y del mundo, se invierte tiempo, recursos y desde luego discursos y hasta el momento no han llegado muy lejos. Pues ese deseo esa sed por la revitalización cultural no posee las herramientas necesarias para concretarse. Esas herramientas deben ser traducidas a mayor trabajo en cooperación. Es necesario que la institución empiece a trabajar diagnósticos participativos, donde las realidades y necesidades del sector se pongan en manifiesto y se trabaje agendas culturales que por presupuesto quizá solo puedan tener 3 o 5 actividades pero que estas sean 100 por ciento de y para la localidad.

Esta transformación debe hacerse desde la institución pero también desde las demandas y exigencias de los actores locales, quienes en función de sus necesidades deben proponer gestión real, y no en función de un grupo, porque también existen casos de colectivos que tras el nombre de un barrio o cantón, terminan enriqueciendo y beneficiando a un grupo de “panas” y se convierten en recaudadores de instituciones, van por el Municipio, el Consejo, el Ministerio y hasta la Casa de la Cultura pescando financiamiento para una exposición artística, el concierto del grupo, el taller para amigos, etc. Los colectivos tienen la responsabilidad de vincular a los diferentes actores de la localidad, ellos como conocedores de la realidad del sector tiene una ventaja ante la

institución, son quienes generan movilización local, mediante la creación de espacios donde se ponga en manifiesto la importancia de trabajar en función de la cultura de la localidad.

Es hora de trabajar en equipo, donde la institución esté a disposición del gestor pero para trabajar en función del colectivo y no de intereses personales y que los colectivos, gestores y actores exijan sus derechos y se vinculen y propongan procesos reales a la institución, es momento de que la apatía desaparezca y la confianza retorne, la cooperación se torna indispensable en este proceso y debe ser compartida y entendida desde los dos lados, las propuestas deben construirse no imponerse. No se debe olvidar que la participación se exige y no se recibe.

“La participación siempre es por algo y para algo, no se puede inventar, pues corresponde a necesidades sentidas y, desde este punto de vista, les pertenece a los miembros de la comunidad que han detectado el o los problemas que quieren solucionar”¹⁶¹.

En la medida en que los diferentes gestores culturales logren la participación de sus miembros en los proyectos de transformación y consolidación elaborados por las diferentes comunidades y la institución logre la participación de los gestores en la construcción de sus planes de trabajo anual, la noción de “cultura” va cobrando cada vez más un sentido de vivencia y pertenencia y, en ese sentido se va generando el proceso de participación creador de nuevos valores y sentidos que son compartidos en la cotidianeidad e incorporados a la existencia de cada miembro del proceso de gestión cultural tanto institucional como local.

La participación no es un fin en sí mismo. Es una actitud y una actuación cargada de otros valores sociales que la determinan también como valor humanizador. No solo se participa para construir un barrio mejor, una institucionalidad mejor, sino que el hecho

¹⁶¹ PÉRSICO, María Silvia. “La gestión participativa para el desarrollo cultural local”. (De la práctica a la teoría o entre la teoría y la práctica). En www.gestioncultural.org

de participar alienta el compartir experiencias, habilidades, generación de cultura de equipo, comunicación.

En este sentido, la participación es más que un recurso, más que una estrategia, es un indicador de capital social, es decir, el conjunto de valores compartidos producto del entramado de relaciones desarrolladas por personas y grupos sociales y políticos en el acto de la participación. Se participa para modificar la realidad del entorno y para encontrar espacios de crecimiento personal. La esfera de lo personal entra con fuerza en el escenario renovado de la participación ciudadana.

- Las redes una estrategia de cooperación

En la sociedad en que vivimos, la red se ha convertido en un modo de vida y porque no decirlo de sobrevivir, las redes desde luego entendidas como herramientas de trabajo. La red no es un fin sino un medio, una forma multi-dimencional para organizar la interacción humana. El trabajo en red permite que la cooperación se ponga en práctica y trascienda el discurso.

En la actualidad existen muchas propuestas de armar redes de gestores culturales, como alternativa de fortalecimiento, sin embargo, hasta el momento no existe una red realmente constituida debido a que las propuestas suelen ser de las instituciones y logran formarse pero no sostenerse, no olvidemos que el poder de la red siempre esta en manos de los involucrados.

El proyecto en base al que se realizó el estudio de caso para este trabajo, tenía como uno de los objetivos principales crear una red entre los colectivos involucrados. Las actividades incluidas en su ejecución permitieron abrir un espacio de encuentro donde los diferentes gestores y actores intercambiaron experiencias, sin embargo, la red como producto final del proyecto quedó inconclusa, en parte por la des continuidad de los

actores institucionales involucrados en el proceso, como también de las escasas herramientas de cooperación con las que contaban los colectivos.

“Una red, o conjunto de relaciones, no es un hecho determinado a priori, sino que, por ser redes, son tejidas, del mismo modo que para que existan relaciones, estas deben ser contraídas. ¿Pero quién teje las redes? No queda más alternativa que responder: los actores que las constituyen. Por lo tanto, el tejido no es independiente de los tejedores. Quiere decir esto que en la construcción de una red no hay ningún plan preconcebido, o una lógica que la preceda, sino que son los actores, al relacionarse, quienes la van configurando”.¹⁶²

Bajo esta dinámica las redes se van construyendo desde los encuentros y desencuentros de los actores y su estrategia es la comunicación, porque solo desde la comunicación logran mantenerse.

Ahora bien hablar de redes de colectivos nos puede llevar a continuar trabajando aisladamente pero también a fortalecer la propuesta y tener mayor incidencia en la institución. Las redes empiezan con dos participantes y un buen inicio puede ser el vincular a la localidad en las propuestas de la institución y viceversa. No obstante al ser la construcción de redes un reto que merece un estudio teórico y metodológico específico, queda plasmado aquí como una inquietud, como el punto de partida para otra investigación.

3.2.5 Lo fundamental es planificar la comunicación

La planificación de la comunicación propicia que los impactos y resultados sean adecuados para el trabajo que se propone realizar, es en este momento que se determina cómo comunicar y a quien, entonces es necesario realizar un diagnostico que permita esclarecer los públicos y así no fracasen las convocatorias y desde luego la incidencia de determinado trabajo.

¹⁶² MIRES, Fernando. “La sociedad de redes (o las redes de la sociedad)” En <http://www.redinterlocal.org/La-sociedad-de-redes-o-las-redes?lang=es>

La planificación de la comunicación se puede hacer desde diferentes perspectivas teniendo en cuenta las características y condiciones particulares de cada territorio. Como una propuesta para pensar este tema, más ordenada y sistemáticamente, se propone la realización de políticas, estrategias y planes de comunicación como herramientas para el diseño, implementación y seguimiento de las acciones, procesos y relaciones comunicativas. En su elaboración pueden participar no solo los actores responsables de la comunicación de manera directa, sino también otros actores institucionales vinculados a los principales temas de la gestión local; lo cual genera mayor empoderamiento y crea mejores condiciones para la sostenibilidad

Por otra parte, es necesario trabajar en función de una estrategia, esta entendida como el conjunto de acciones y procesos comunicativos que se relacionan entre sí para apoyar el cumplimiento de un fin social y político definido e identificado previamente en un territorio. Está dirigida a un público específico al que se pretenderá llegar a través de diferentes medios y espacios con los contenidos definidos en el marco del proceso.

El diseño de una estrategia comunicativa necesita responder, por lo menos, las siguientes preguntas:

- ¿Desde dónde se parte? Permite identificar las acciones sociales y políticas a las que apoya y los elementos de la Política de comunicación que tiene en cuenta.
- ¿Cuáles son los objetivos de la estrategia? Hace referencia a los fines que se quieren alcanzar o el para qué de este trabajo. Aquí se tienen en cuenta los roles de la comunicación; informar, generar procesos de diálogo y concertación, apoyar procesos pedagógicos y producir sentidos
- ¿Qué se va a comunicar? Se refiere a los temas, mensajes y contenidos que se difundirán. Es importante ir de lo general a lo específico, en especial cuando se plantean temáticas muy amplias, como por ejemplo se puede decir Medio Ambiente, pero ¿qué del medio ambiente en concreto?
- ¿A quiénes se comunica? Tiene que ver con el público o los interlocutores a los que van dirigidas las acciones. Puede haber un público prioritario y otro secundario; según los objetivos de la estrategia y sus contenidos.

- ¿Cómo se comunicará? O ¿A través de qué medios? Está relacionado a los medios, espacios o canales que se utilizarán para poner a circular la información, generar el diálogo, la concertación y articulación entre actores o apoyar los procesos pedagógicos. Para el caso de las estrategias en el marco de la gestión cultural participativa, como ya se mencionó en otros capítulos, se busca un equilibrio entre lo masivo y lo interpersonal

En estos términos, el Plan de Comunicación es una herramienta que permite operativizar y organizar las estrategias de comunicación. En el Plan se definen los aspectos necesarios para convertir la estrategia en una realidad, para ejecutarla y si es el caso, hacerle el seguimiento respectivo. Ayuda a aclarar, de manera previa a la implementación, temas como las actividades que se realizarán, los recursos y el tiempo necesarios, las personas responsables de ejecutarlas, entre otros.

Es importante que estas tres herramientas se combinen para el hacer y la práctica comunicativa. Pensar desde políticas, estrategias y planes, además de organizar el trabajo, ayuda a aprovechar mejor los recursos con que se cuenta y a utilizarlos de manera más eficaz y efectiva. Facilita pensar la comunicación, más estratégica y planificadamente, lo cual es un requisito fundamental cuando hablamos de la relación comunicación-gestión participativa para potenciar los procesos de desarrollo local y la gestión institucional.

Para finalizar, la evaluación y seguimiento de la propuesta comunicativa y desde luego del trabajo realizado a la hora de trabajar gestión cultural, se convierte en el medidor de la eficacia del trabajo ejecutado, sin embargo, hay que tomar en cuenta que este seguimiento y evaluación debe trascender los indicadores cuantitativos, de ejecutado o no, y empezar a evaluar los impactos efectos a largo plazo, para así, evidenciar que tan positivo fue el trabajo realizado en determinado sector.

- Trabajo en red en Instituciones

Como se evidenció en el capítulo anterior cada Institución tiene un lineamiento específico en torno a la gestión de la cultura, así el Ministerio de Cultura trabaja en función de proyectos, el Consejo Provincial vincula la gestión cultural a la educación, EL Municipio hacia los eventos y de esta manera buscan el ansiado participar ciudadano, es por esto que el trabajo en Red amerita que las instituciones se vinculen y desde esos lineamientos profundicen su accionar.

CONCLUSIONES

- LAS DERIVAS DE LA COMUNICACIÓN-CULTURA

Se desprende de esta investigación como una de las grandes conclusiones que, el lazo que une a la comunicación con la cultura es indivisible, y reconocer que la una es condición de la otra es lo que permite entender al proceso social que da como resultado la continua creación, transformación y reconfiguración de las relaciones simbólicas que constituyen la cultura. De hecho, tanto comunicación como cultura están basadas en sistemas de representaciones, en construcciones simbólicas, en relaciones de sentidos, y eso lo hemos evidenciado no solo desde la teoría; sino también, desde las prácticas cotidianas tanto de los colectivos de la sociedad civil incluidos en esta investigación como de las instituciones de cultura.

Esas relaciones de los miembros de un colectivo se afianzan por medio de las identidades que se forjan al interior del mismo que el lo que permite sus diferenciación de los demás, pero esas características es lo que contribuye en el intercambio de experiencias a la construcción de nuevos sentidos para la vida. De ahí que la permanente presencia de la relación de la comunicación, la cultura y la identidad sea parte fundamental para el trabajo en gestión cultural. Es desde ese mundo relacional desde donde es posible encaminar procesos de desarrollo, hacia comunidades más apropiadas de sus rasgos, desde los que luchan, se reivindican, exigen y trabajan para la consecución de lo se denomina el Buen Vivir, en cuya dirección han sido establecidas las políticas de comunicación del país.

- LAS INSTITUCIONES DE CULTURA EN LA PROVINCIA

Se reconoce también como aspecto de reflexión que si bien son las instituciones de cultura las que manejan conceptos renovados de comunicación, cultura y gestión, y reconocen la interdependencia entre cultura y comunicación, son los colectivos y actores sociales quienes, desde lo empírico han puesto en práctica de mejor manera esta fórmula. Esto puede explicarse desde la cotidianidad y la necesidad de crear espacios de diálogo en la sociedad civil, desde los intentos por revitalizar la identidad y la memoria

que se han convertido en una necesidad, y también en una forma de resistir desde los colectivos culturales. En cambio, a pesar del grado de tecnicidad y conocimiento de los gestores culturales institucionales se ha tornado complicado lograr articulaciones, crear puentes de diálogo y trabajo en equipo. Ello por la poca relevancia otorgada a la comunicación, y el sesgo conceptual que la limita a la difusión en los grandes medios o a la socialización de determinado proyecto.

Hemos visto a través de las entrevistas realizadas y el levantamiento de información de las actividades que llevan a cabo las instancias de cultura de la provincia, la carencia de una estrategia de comunicación que tenga como objetivo la creación de un tejido de relaciones, y la permanencia en el espacio y en el tiempo de procesos de participación que propicien el desarrollo. Esto tiene que ver con las formas de entender la comunicación, que en este caso pueden dividirse en dos: la comunicación desde la difusión y el posicionamiento de procesos en los medios de comunicación, que dan la idea de que lo que no se publica no existe; y, los intentos por lograr comunicación participativa, que si bien puede resultar inspirador carece todavía de la fuerza y la seriedad de la planificación de la comunicación al interior de un proceso social.

En este sentido, recae sobre las instituciones de cultura de la provincia y sobre los gobiernos locales, la tarea de extender puentes de cooperación. Pues como hemos analizado en el caso de Pedro Moncayo, los procesos de participación ciudadana son continuos y se fortalecen cada día más, sin embargo, la noción tradicional de la cultura desde el municipio ha hecho que más que actores para la cooperación y el desarrollo, colectivos y autoridades se hayan vuelto apáticos unos contra los otros, sin lograr aprovechar el potencial del cantón.

Lo que no sucede en Cayambe donde la municipalidad está pendiente de proponer alternativas, pero es evidente la necesidad de vigorizar los procesos de participación, y eso solo se logra con diagnósticos y presupuestos participativos, por el cambio en la forma de crear proyectos de cultura, por la incorporación de las necesidades culturales específicas de cada localidad.

Tema de análisis es que a pesar de que en los últimos 10 años han confluído una serie de eventos sociales y luchas por el reconocimiento del Ecuador como país pluricultural, la creación de una nueva Constitución que habla de la interculturalidad ecuatoriana, de la instauración de derechos y políticas que apuntan a la comprensión de la cultura desde las producciones e intercambio de sentidos que solo pueden ser posibles desde la gente, la instituciones de cultura de la provincia sigan colocando en el centro de su accionar la creación y distribución de productos culturales de consumo, cuyo indicador de gestión son los llenos totales.

- HACIA UNA RECONCEPTUALIZACIÓN DE LA GESTIÓN CULTURAL

Asimismo, hemos observado cómo la gestión es relacionada al uso de recursos, en la mayoría de los casos económicos, para lograr un fin. No obstante resulta interesante que si bien los colectivos ven en lo institucional el medio de financiamiento de sus propuestas, sus formas de gestión internas responden al accionar de estrategias para facilitar el camino hacia la consecución de un objetivo. Es el caso del Colectivo Hip Hop Lado Sur, cuyos miembros demuestran un profundo entendimiento de lo comunicativo, pues su identidad y los recursos existentes en ella están enfocados a comunicar sus creencias y prácticas. Así también al interior del grupo sus formas de gestión están comprometidas con el crecimiento de la organización, no obstante ven en la institución la fuerza económica que podría potenciar de manera más rápida sus deseos. Es por ello que una reconstrucción de lo estatal se hace urgente, en torno al tema de gestión.

Aproximarse a una definición sobre la gestión cultural, en el momento actual, requiere reflexionar y establecer los aspectos clave de las relaciones con otras disciplinas de las cuales se nutre la gestión cultural. Tanto su base teórica (filosofía, sociología, antropología, teorías administrativas, economía, pedagogía, comunicación, psicología, etc.) como los instrumentos para la intervención, deben generar una mirada estructural de la gestión. Ante todo, con una mirada ética para poder identificar y diseñar así perfiles de formación coherentes, y niveles profesionales para la intervención cultural,

tanto institucional como comunitaria que atienda las necesidades de los distintos entornos.

Alrededor de la práctica de la gestión cultural existen una pluralidad de posiciones, ideologías y enfoques metodológicos, todo depende de los contextos y relaciones en los que se da. La gestión cultural trata de establecer una comunicación productiva entre los discursos sociológicos, económicos 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 acción práctico, con 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 del entorno donde interactúa. Pero más allá de los debates teóricos, la finalidad de la gestión cultural está centrada en promover todo tipo de prácticas culturales de la vida cotidiana de una sociedad que lleve a la concertación, al reconocimiento de la diferencia, a la invención y recreación permanente de las identidades y al descubrimiento de razones para la convivencia social.

La confluencia de múltiples reflexiones teóricas de las ciencias sociales, con la acción directa en las comunidades y sus instituciones, hacen de la gestión cultural un campo profesional privilegiado para el trabajo del comunicador, pues que tiene que ver con el fortalecimiento de las identidades, cuando se reconoce lo anterior se entiende también que la comunicación es una herramienta de fortalecimiento de gestión para el desarrollo social.

- **EL PAPEL DEL COMUNICADOR EN LA GESTIÓN CULTURAL**

Finalmente, el hacer hincapié en la urgencia de nuevos entendimientos de procesos comunicativos y culturales, llevó a la construcción de una propuesta metodológica, cuyo punto de partida fue las redefiniciones de conceptos básicos, la creación de un marco metodológico referencial enfocado a procesos de reflexión-investigación-acción, para

dar paso a lo que sería en el mejor escenario la única forma de llegar con éxito al desarrollo cultural: la construcción de redes de cooperación.

Este marco metodológico se inclina a concebir el trabajo cultural como la necesidad continúa de comunicación entre los diversos actores de los procesos, la metodología de trabajo del comunicador como agente cultural se desprende de la profunda relación entre cultura y comunicación, que como hemos demostrado desde lo teórico y lo práctico es indivisible y depende la una de la otra. El comunicador por tanto tiene aquí un nuevo semillero desde el que pensar y trabajar la comunicación y el desarrollo, bajo los postulados de participación, deconstrucción del conocimiento y sobre todo desde el diálogo, sin olvidar aquel postulado heredado de Paulo Freire: la comunicación no es otra cosa que un diálogo de amor.

RECOMENDACIONES

Al finalizar este trabajo es pertinente dejar planteada la necesidad –aunque ya se ha dicho anteriormente- de revisar las definiciones de los conceptos con las que se está trabajando el tema comunicativo en el interior de las instituciones dedicadas al que hacer cultural. Y recalamos en ello, pues resulta alarmante que en la provincia se sigan manejando conceptos que ligan a la comunicación con los grandes medios, a la cultura con las artes, y a la gestión como la generación de recursos. Consideramos que lo fundamental es un cambio de actitudes y posturas de los gestores culturales institucionales. Esa postura del comunicador como mediador, debe consistir en establecer relaciones entre actores o ámbitos que se afirman como separados.

Y, aunque en apariencia llevar a la práctica esta redefinición de las formas de entender estos tres grandes postulados, parece sencillo, es fácil perderse en el camino, teorizar no es suficiente, lo que es vital es la transformación de esa teoría en una práctica constante y consecuencia de los discursos.

La comunicación se asocia al desarrollo de un grupo, comunidad o institución, a sus prácticas concretas, al diálogo entre sus pobladores, sujetos y protagonistas de los programas propuestos. Trabajar en gestión cultural, sin duda representa el trabajo en diferentes competencias y habilidades que son fundamentales de observar y generar.

La gestión cultural y su principal impulsor, el gestor, avanza en el desarrollo de sus prácticas. Lo importante es construir los espacios y herramientas necesarias para que esto ocurra, y desarrollar modelos que aborden las características y especificidades necesarias del medio local.

Este profesional de la gestión cultural debe hoy más que nunca reunir una serie de conocimientos en términos políticos, estéticos, sociales, económicos y administrativos respecto de los diversos ámbitos de la cultura y las artes. Asimismo, debe desarrollar una serie de habilidades personales y sociales como la creatividad, liderazgo, capacidad de

negociación y otros que inciden directamente en los logros que pueda alcanzar. Estas habilidades y conocimientos se complementan de manera fundamental con la actitud del gestor, como una disposición de ánimo proactiva, abierta y con la empatía necesaria para trabajar con otros.

Pero por sobre todas las cosas quienes trabajan en cultura y en relación con la colectividad, deben concebir a la comunicación como su alternativa para fortalecer los procesos de gestión cultural. Lo cual si bien parece sencillo conlleva retos y reconfiguraciones de lo que hasta hoy se ha venido entendiendo como el trabajo de gestionar la cultura.

Parte de estos retos para quienes trabajan en el tema cultural y esperan propiciar espacios de participación, es un replanteamiento completo de los conceptos y las formas de trabajo. Como se ha evidenciado en la investigación del trabajo cultural en la provincia, el sistema utilizado en los últimos años tanto para diseñar como para implementar planes y proyectos de cultura parte desde lo que el gestor institucional cree es necesario para una localidad, sin un antecedente como la construcción de diagnósticos participativos, es por ello que no existen incidencias de las propuestas en torno a lo cultural, pues estas son momentáneas, carecen de seguimiento y sobre todo de apropiación por parte de los actores sociales.

En este sentido, la responsabilidad de la poca eficacia de las propuestas puestas en marcha, es compartida entre las instituciones de cultura y la sociedad civil. Pues ni la una ha revisado sus contenidos y métodos, ni la otra a dejado de ver a la institución cultural pública como un generador de recursos incesante.

Es por ello que en el ámbito de gestión cultural, hoy más que nunca, dadas la reconfiguraciones de lo social, en el auge de los intentos por configurar procesos de participación independientes por parte de los actores sociales, cuando las construcciones simbólicas se mueven en el terreno de la construcción de sentidos para la vida y por tanto del poder, es necesario y hasta obligatorio pensar en una comunicación que sea

más interpeladora que seductora. Es decir, que sea entendida desde el mundo de las relaciones, en base al diálogo, construida desde el otro y con el otro.

Un camino alternativo en esa dirección pasa por la revisión de esas maneras de pensar y practicar la comunicación social. Pues todo problema social entraña un problema comunicacional y toda solución social entraña una solución comunicacional. La comunicación como un elemento clave en cualquier espacio de la sociedad –más aún en el campo cultural-, es la instancia que lo articula y la sostiene. Se necesitan prácticas de aprendizaje destinadas a ampliar el marco de las decisiones personales y grupales, prácticas en las que se vayan generando oportunidades para la iniciativa, la interacción y la gestión.

En la medida en que el espacio de la comunicación se torna cada día más estratégico para el desarrollo o bloqueo de nuestras sociedades, se hace más nítida la demanda social de comunicadores como agentes de cambio y mediadores de las demandas sociales colectivas, de los derechos de las diversas comunidades culturales y de las nuevas narrativas. Lo que implica tomarse verdaderamente en serio que en la comunicación se juega de manera decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia.

Una vez que exista el firme propósito de trabajar la gestión cultural, colocando a la gente, a las localidades en el centro del proceso, y tomando conciencia de lo que se pone en juego en la intervención en espacios que tienen sus propios modos de articulación, y que es la comunicación el motor que propicia estos procesos, se puede empezar a pensar en los modos de generar participación, y con ello el ideal del trabajo cultural: la creación de redes de intercambio y cooperación.

En la medida en que los diversos grupos logren la participación de sus miembros en los proyectos de transformación y consolidación proyectados por las distintas comunidades, los cuales a su turno van produciendo diversificación de los mismos, la noción de cultura cobrará cada vez más un sentido de vivencia y pertenencia, y en ese sentido dejará de ser vista como una noción la más de las veces difusa en la que se habla de patrimonio y

herencia cultural, para convertirse en el proceso de participación creador de nuevos valores y sentidos que son compartidos en la cotidianidad y son incorporados a la sangre y a los huesos con cada uno de los miembros de la comunidad participativa.

BIBLIOGRAFÍA

ALFARO, Rosa María "Descifrando paradojas ciudadanas. Una mirada cultural a la política". Calandria 1995.

ALFARO, Rosa María. "Otra Brújula: Innovaciones en comunicación y desarrollo". Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA. Lima-Perú 2006.

ALFARO, Rosa María. Ciudadanos culturales y mediáticos, escondidos en la formalidad democrática. Vol. 2. Sage Publications Ltda. Londres 2006.

ARAYA UMAÑA, Sandra, Las representaciones sociales: Ejes para su discusión teórica. Cuaderno de Ciencias Sociales 127, FLACSO, Sede Académica Costa Rica, 2002.

BARBERO, "Jesús Martín. De los medios a las mediaciones". Edt. Gilli, Barcelona, 1987.

BARBERO, Jesús Martín. "Comunicación y culturas en América Latina". Revista Anthropos. Huellas del conocimiento, N° 219, Madrid, abril-junio de 2008.

BARBERO, Jesús Martín. "El Espacio Cultural Latinoamericano". Fondo de Cultura Económica. Chile, 2003.

BARBERO, Jesús Martín. La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana. Departamento de Estudios Socioculturales ITESO, Guadalajara México 2001.

BARBERO, Jesús Martín. Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición. Chile Santiago 2002.

BOVONE, Laura. Os novos intermediarios culturais. Consideracoes sobre a cultura pos-moderna. En: FORTUNA, Carlos. Ciudad, Cultura y Globalización. Ensayos de Sociología. Celta Editora, Oeiras 1997.

BONET i Agustí, Lluís. Factores condicionantes de la participación cultural. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. www.oei.es.

BUXÓ, Rey "La cultura en el ámbito de la cognición", en Mercedes Fernández. (Coord.) "Sobre el concepto de cultura", Editorial Mitre. 2005.

CANCLINI, Néstor García, "Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano". Editorial Grijalbo, México, 1989.

CANCLINI, Néstor. Las Políticas Culturales en América Latina. Revista Materiales para la comunicación popular. Lima 1983.

CANTILLO, Lorena. Comunicación y gestión participativa: perspectivas para el fortalecimiento. FLACSO 2009.

CARRIÓN Fernando: Desarrollo Cultural y Gestión de Centros Históricos. FLACSO 1999.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. Guía para la Gestión de Proyectos Culturales. Valparaíso, 2009.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile. Op-cit. Pág. 12

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Chile Quiere Más Cultura - Definiciones de Política Cultural 2005 -2010. Valparaíso 2005.

Constitución del Ecuador. 2008. Sección Cuarta Cultura y Ciencia.

DE BRUYNE Paúl, Teoría moderna de administración. Ediciones Aguilar. Madrid 1983.

DE LA MORA MONTES, Luis Carlos y DE LA MORA COVARRUBIAS, Carlos. Planeación para la Gestión del Desarrollo de las Culturas. Colección Intersecciones CONACULTA. México 2009.

ENDARA, Lourdes. "La Identidad" en: Aportes, notas sobre cultura, identidad tradición y modernidad. En: GUERRERO, Patricio. "La Cultura". Ediciones Abya Yala 2002. Pág. 103

ESPINOZA Iván y PÉREZ Carlos. "Cultura, Cultura en México y su impacto en las empresas" en Revista Gestión y Estrategia. Núm. 6, julio-diciembre de 1994.

FERNÁNDEZ, Carlos. "La Comunicación Humana: Ciencia Social". México, 1995.

FREIRE Paulo. Pedagogía del Oprimido, México. Siglo XXL. 1970.

GIMÉNEZ, Gilberto. La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. México, 2008.

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.

GUIOMAR, Alonso. "Creatividad, cultura y desarrollo económico". Revista digital Pensamiento Iberoamericano No. 4, 2009.

HABERMAS, Jurgen. "Teoría de la acción comunicativa". Tomo I. Ediciones TAURUS. En MADRID, Dimitri. "Módulo de Epistemología de la Comunicación".

HALL, Stuart. The Silent Language. New York Doubleday 1996.

HALL, Stuart. Significado, representación, ideología: Althusser y los debates post estructuralistas en Estudios Culturales en Comunicación. Morley yWalkerdine compiladores.

HERNÁNDEZ, Alfonso. El gestor cultural en formación continua, Hacia una formación en competencias. VI Encuentro Internacional "Formación en Gestión Cultural". Tulcán 2009.

KAPLUN, Mario. "El comunicador popular". En CANTILLO, Lorena. Comunicación y gestión participativa. FLACSO 2009.

LACARRIEU, Mónica. La (indi) gestión cultural: Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos. Ediciones La Crujía. Buenos Aires 2007.

LEVI STRAUSS, Claude. "Sociología, psicología social y antropología cultural" UNESCO 1954. Citado en BALANDIER "Sociología, etnología y etnografía". Tratado de sociología Tomo I.

MARTINELL Sempere Alfons. La gestión cultural: Singularidad profesional y perspectivas de futuro(Recopilación de textos) Titular de la Cátedra Unesco Presidente de Interarts 2001.

MARTINELL, Alfons. Agentes y políticas culturales: Los ciclos de las políticas culturales. INTERARTS. Observatorio de Políticas Culturales Urbanas y Regionales. Barcelona 2000.

MARTINELL, Alfons. La formación en gestión cultural en Iberoamérica: reflexiones y situación. Red IBERFORMAT. Bogotá. 2002.

MARTINELL, Alfonso. Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural OEI: 50 años de cooperación. Número 20 Mayo - Agosto 1999.

MARTINEZ, José Antonio. Conceptos y experiencias de la gestión cultural. Secretaria General Técnica de Cultura de España. Madrid 2007.

Material de estudio facilitado por el profesor Patricio Guerra en la materia de Comunicación y Cultura, cursada en el primer semestre de la carrera.

MATTELART, Armand y Michele. Historia de las Teorías de la Comunicación. Editorial PAIDOS. Buenos Aires 1997.

MIHAL Ivana. Experiencias de gestión cultural: entre ausencias y presencias. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales Buenos Aires 2007.

MONSIVÁIS, Carlos. "Duración de la eternidad". Nexos No. 172. México, D.F. Abril, 2008

MONTOYA Alma. La comunicación desde América latina. ALER, Bogotá 2007

MORIN, Edgar. Los siete saberes necesarios para la Educación del futuro. UNESCO, Paris, 1999.

MULLER, P. Les politiques publiques, París 1990.

OGAZ, Leonardo. "La Comunicación: una aproximación a la aprehensión conceptual del fenómeno" UPS. Quito. 2002.

PAOLI, Antonio. Comunicación e Información perspectivas teóricas. Editorial Trillas. México.

PEREIRA, Alberto. "Lingüística para comunicadores" Editorial UPS, Quito 1999.

PINEDA, Migdalia: Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI. EDILUZ. Maracaibo 2004.

PORTAL, Ana y ESPINOSA, Lourdes. "Gestión cultural. Políticas culturales y gerencia". Centro Nacional de Superación para la Cultura, Cuba 2009.

PUIG, Toni. La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos. PAIDOS. Argentina 2003.

PUIG, Toni. Se acabó la diversión. Ideas y gestión para la cultura que crea y sostiene ciudadanía. PAIDOS Tramas Sociales. Buenos Aires 2004.

RAUSELL, Paúl y MARTÍNEZ, José. Apuntes y herramientas para el análisis de la realidad cultural local. Unidad de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura Universidad de Valencia 2004.

RONDA, Stéphanie. Estrategias de legitimaciones y discursos: La utilización de las políticas de rehabilitación de los centros históricos. En Carrión Fernando: Desarrollo Cultural y Gestión de Centros Históricos. FLACSO 1999.

SAUCEDO, Milagros. Un nuevo enfoque para la gestión de las políticas de innovación, en función del desarrollo sostenible. Revista de Administração e Inovação, São Paulo. Edición digital julio/septiembre 2010.

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

TAYLOR, Edward citado en COLOMBRES, Adolfo. "Manual del promotor cultural". Ediciones Colihue, Tercera Edición. Buenos Aires 1997.

TINAJERO, Fernando. Experiencias de Legislación Cultural Ecuatoriana. En: Gestión de Políticas Culturales. Cuaderno 4. Fondo Editorial Ministerio de Cultura del Ecuador. Colección Cuadernos. Quito-Ecuador 2009.

TORRICO, Erick, La Tesis en Comunicación, Elementos para elaborarla. La Paz Bolivia 1997.

TORTI, Ariel. Comunicar para cooperar. ESPACIO Editorial. Primera Edición. Argentina Buenos Aires 2006.

TROMPENAARS, Fons. "Sobre las olas de la cultura". Editorial Irwin. Washington 1994.

URANGA, Washington. Gestión de la comunicación: un proceso integral. Ponencia del Grupo de Trabajo.

URANGA, Washington. Gestionar la comunicación: en las prácticas sociales y en las organizaciones. Ponencia presentada en el I Congreso de RedCom, septiembre de 2000 en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

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

WALLERSTEIN, Emmanuel. "La cultura como campo de batalla del sistema mundial moderno". En FEATHERSTONE, Mike. "Cultura Global" London. Sage Publications. Londres 1992. Págs 31-55.

REFERENCIAS EN INTERNET:

"Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos, un desafío cultural". Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Santiago de Chile 2002.

ABELLO, Ignacio. Metodologías para la Gestión Cultural. Organización de Estados Iberoamericanos Para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Noviembre 1998. www.gestióncultural.org.

ALFARO, Rosa María. Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. Calandria. En: www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18ralfaro

BARBERO, Jesús Martín. La comunicación en la gestión de la cultura. Pág. 343. En: www.redinterlocal.org

Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de investigaciones jurídicas de la UNAM. www.juridicas.unam.mx

Biblioteca Virtual de la Universidad Autónoma de México. www.cialc.unam.mx/pensamientoycultura/biblioteca%20virtual/diccionario/posmodernidad.htm

cce.org.ec/index.php?id=23

CICALESE, Graciela. Teorías de la Comunicación. www.razonypalabra.org

FONTE, María y RANABOLDO, Claudia. Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América Latina. www.rimisp.cl/boletines/vol64.

Gestión Cultural. Conceptos. Convenio Andrés Bello, 2000. www.ipanc.org/home/contenidos.php?id=114&identificaArticulo=270

Ley Orgánica de las Culturas 2010. www.ministeriodecultura.gob.ec

MIRES, Fernando. La sociedad de redes (o las redes de la sociedad). En <http://www.redinterlocal.org/La-sociedad-de-redes-o-las-redes?lang=es>

MORA, Julia. Transformación y gestión curricular. Memorias Seminario Evaluación y Gestión Curricular, Universidad de Antioquia 1999. jaibana.udea.edu.co/producciones/guillermor/concepto.html

OTTONE, Ernesto. La evolución de la gestión cultural. Feb 2005. www.wikanda.es/wiki/Gesti%C3%B3n_Cultural

PERELLÓ, Luciana. Daniel Prieto Castillo, la planificación como una experiencia decisiva. Unidad de investigaciones Universidad ORT del Uruguay. En: www.metodista.br/unesco/PCLA/revista9/perfis%209-2.htm

PÉRSICO, María Silvia. La gestión participativa para el desarrollo cultural local. (De la práctica a la teoría o entre la teoría y la práctica). En www.gestioncultural.org

PUIG, Toni. Las políticas culturales son una farsa. www.tonipuig.com

RODRIGUEZ, Víctor Manuel. Políticas culturales y textualidad de la cultura: Retos y límites de sus temas recurrentes. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. www.oei.es.

www.quito.gov.ec/el-municipio/secretarias/secretaria-de-cultura.html

ENTREVISTAS:

ALVARADO, Mauricio. Integrante de “La Hueca”. Entrevista realizada en el Taller de inducción del proyecto. Noviembre 2009.

CAJAS, Rodrigo. Director de Comunicación Institucional de la Secretaría de Cultura del Municipio de Quito. Entrevista realizada en febrero de 2011.

CAPELO, Ema. Directora de Cultura Municipio de Cayambe. Entrevista realizada en febrero del 2011

GALLARDO, Verónica. Concejala Presidenta de la Comisión de Cultura y Fiestas del Municipio de Pedro Moncayo. Entrevista realizada en febrero de 2011.

GUALSAQUÍ, Frank. Concejal Integrante de la Comisión de Cultura y Fiestas del Municipio de Pedro Moncayo. Entrevista realizada 2011.

IZA, Fabián. Presidente de la Junta Parroquial La Merced. Entrevista realizada febrero del 2011

JARRÍN, Beatriz. Directora Provincial de Pichincha Ministerio de Cultura. Entrevista realizada en diciembre del 2010.

MÉNDEZ, José. Gestor cultural de Pedro Moncayo. Integrante del colectivo Anta Kara. Entrevista febrero de 2011.

MOMPOSITA Paúl. Fundador de la Asociación Hip Hop “Lado Sur”. Entrevista realizada en Marzo del 2011.

NARANJO, Raúl. Director de Educación y Cultura Gobierno de la Provincia de Pichincha. Entrevista realizada en febrero de 2011.

NAVARRETE, Liliana. Directora de Comunicación y Cultura Municipio de Pedro Moncayo. Entrevista realizada en febrero del 2011.

NEPAS, Jaime. Director Grupo Condor Huasi. Entrevista realizada en febrero del 2011.

PASQUEL, Henry. Fundador Centro de Desarrollo Cultural Juvenil “La Hueca”. Entrevista noviembre 2009.

QUILO. Vinicio. Presidente de la Junta Parroquial de Olmedo. Entrevista realizada en febrero del 2011.

ANEXOS

ANEXO 1

POLÍTICAS CULTURALES EN EL ECUADOR

POLITICA ESTRATÉGICA 1 Garantizar que las diversas memorias colectivas e individuales y los patrimonios culturales prevalezcan en el tiempo y estén al servicio de la ciudadanía y del Estado para el diseño de los diversos imaginarios			
ESTRATEGIAS	METAS 2013	INDICADORES	PLANES NACIONALES DE CULTURA
<p>Articular y fortalecer los procesos que apoyan la construcción y el desarrollo de las diversas memorias y patrimonios</p> <p>Incentivar, promover y diversificar la participación, el acceso, uso y disfrute de las personas a sus diversas memorias colectivas e individuales y patrimonios culturales</p>	<p>Instituciones que apoyan la construcción y el desarrollo de las memorias y los patrimonios, articuladas y funcionando coordinadamente</p> <p>Incrementar la participación, el acceso, uso y disfrute de las personas a sus memorias colectivas y patrimonios culturales</p>	<p>Nº de instituciones que trabajan el desarrollo de la memoria y patrimonio articuladas e implementadas en un 50%, en el territorio</p> <p>Diversidad de identidades que participan, acceden, usan y disfrutan de las memorias colectivas, individuales y patrimonios culturales</p>	<p>Subsistema Nacional de la Memoria y el patrimonio</p> <p>Plan Nacional de incentivo, promoción, diversificación, de la participación, uso y disfrute de los las memorias colectivas y patrimonios culturales</p>

POLITICA ESTRATÉGICA 2

Fomentar la construcción y el desarrollo de las memorias sociales contemporáneas tanto en sus expresiones culturales como en la producción literaria y artística, libres y diversas, sin discrecionalidad

ESTRATEGIAS	METAS 2013	INDICADORES	PLANES NACIONALES DE CULTURA
<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer las capacidades de las personas para que accedan a los planes y programas culturales - Incrementar el nivel de alcance y distribución de recursos de fomento en el territorio (urbano y rural) - Diversificar el apoyo a las expresiones culturales, producción literaria y artística 	<p>Incrementar y diversificar el apoyo a las expresiones culturales, producción literaria y artística en forma equitativa</p>	<p>Nº de expresiones culturales, literarias y artísticas diversas que acceden a los recursos, por categorías en el territorio</p> <p>Nº de programas por territorio de fortalecimiento a las capacidades de las personas y colectivos</p>	<p align="center">Subsistema de fortalecimiento de la Memoria Contemporánea</p> <p align="center">Plan Nacional de Capacitación de Gestión Cultural "....."</p>

POLITICA ESTRATÉGICA 3
Democratización de los Espacios Públicos

ESTRATEGIAS	METAS 2013	INDICADORES	PLANES NACIONALES DE CULTURA
<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar y fortalecer la distribución y difusión equitativa de la diversidad de bienes y productos culturales - Incentivar a las personas y colectivos para el uso de las redes de circulación de bienes y productos culturales - Recuperar, fortalecer, habilitar y garantizar el acceso equitativo y diverso a la infraestructura cultural 	<p align="center">Incrementar, mejorar, diversificar la difusión y distribución de bienes, productos y servicios culturales</p> <p align="center">Incrementar y diversificar la utilización de las redes de difusión y distribución de servicios culturales</p> <p align="center">Incrementar cuantitativa y cualitativamente el acceso, uso y disfrute de la ciudadana a la infraestructura cultural</p>	<p>Nº de productos, bienes y servicios difundidos y distribuidos por categorías identitarias en todas las Instituciones culturales</p> <p>Nº de personas que utilizan estos servicios</p> <p>Nº de eventos y expresiones culturales diversas desarrolladas en espacios públicos</p> <p>Nº de espacios, bienes y servicios puestos en valor y al servicio de las personas</p>	<p align="center">Red Nacional de servicios públicos para la difusión y distribución de bienes, productos y servicios culturales</p> <p align="center">Plan de difusión para el uso de los servicios culturales públicos y el disfrute de los bienes, productos y servicios culturales</p>

POLITICA ESTRATEGICA 4**Diseñar y articular una gestión cultural desconcentrada y descentralizada en lo rural y lo urbano**

ESTRATEGIAS	METAS 2013	INDICADORES	PLANES NACIONALES DE CULTURA
Articular, organizar y optimizar la gestión de las instituciones del ámbito cultural que reciben fondos públicos	Instituciones del ámbito cultural que reciben fondos públicos articuladas en un solo Sistema Nacional de Cultura	Nº de instituciones culturales funcionando al servicio de la ciudadanía en el Sistema Nacional Cultural por territorio y categoría	Sistema Nacional de Cultura Código Orgánico de Cultura
Establecer nuevos mecanismos y herramientas para conocer el estado de la cultura y el impacto del Sistema	Contar con una línea base sólida y confiable para la toma de decisiones	Página web sobre información cultural creada y Nº de fuentes que alimentan el Sistema	Sistema integrado de información cultural
Emprender procesos de desconcentración y descentralización a nivel nacional y local	Procesos de descentralización a nivel de gobiernos locales en un 20%	Nº de gobiernos locales aplicando las políticas culturales en sus planes de desarrollo	Plan Nacional de Desconcentración y descentralización de las Instituciones culturales

POLITICA ESTRATEGICA 5

Fortalecer el estado plurinacional desde la cultura con el reconocimiento de las identidades colectivas como integrales en sus derechos, saberes y organización ancestral

ESTRATEGIAS	METAS 2013	INDICADORES	PLANES NACIONALES DE CULTURA
Elaboración metodológica y hojas de ruta para la implementación del plan nacional de la política intercultural Fortalecimiento de las redes nacionales de gestión local	Procesos de lenguas y saberes en marcha en el 80% de las nacionalidades y pueblos Creación del Sistema Nacional de Territorios Ancestrales Implementación del Plan Nacional de Política Intercultural Planes de Memoria ancestral en ejecución	80% de las nacionalidades y pueblos implementando en su totalidad los procesos de lenguas y saberes No. de investigaciones y programas de rescate y puesta en valor de la memoria ancestral en marcha	Desarrollo cultural integral regional y comunitario Diálogo de saberes Sistema Nacional de riesgo de la memoria y el patrimonio

POLITICA ESTRATEGICA 6

Promover y fortalecer las interrelaciones intersectoriales nacionales e internacionales

ESTRATEGIAS	METAS 2013	INDICADORES	PLANES NACIONALES DE CULTURA
<p>Co-gestionar y construir con Otros sectores (Económico, Ambiente, Productivo, Turístico, Educación, etc.); planes y proyectos culturales</p> <p>Fortalecer la investigación y la formación cultural</p> <p>Fortalecer la relación del Ecuador con países y organismos multilaterales de la región en términos de cultura</p>	<p>Incrementar Planes y programas interculturales con otros sectores.</p> <p>Mejorar la calidad de la investigación y la formación en cultura</p> <p>Incrementar planes, programas y acuerdos internacionales ejecutados de apoyo a la cultura</p>	<p>Nº de planes y programas culturales implementados con otros sectores</p> <p>Nº Instituciones y centros de formación e investigación "Socios" con el SNC</p> <p>Nº de investigaciones producidas y publicadas, apoyadas por el SNC</p> <p>Nº de eventos y expresiones culturales apoyadas por el SNC llevadas a cabo en el exterior</p>	<p>Agenda intersectorial</p> <p>Red de Institutos y Centros de formación culturales (aliados)</p> <p>Red de Centros de Investigación Culturales (aliados)</p> <p>Plan de relacionamiento internacional de las memorias, patrimonios, expresiones y la cultura ecuatoriana</p>

*Fuente: Ministerio de Cultura del Ecuador. www.ministeriodecultura.gob.ec

ANEXO 2

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

Resumen ejecutivo

El proyecto plantea crear una red piloto que sirva de referencia para desarrollar una política pública de gestión cultural con niñas, niños y jóvenes. Sus ejes son la identidad cultural diversa y la democratización del espacio público, aspectos que no suelen ser visibilizados dentro de la cultura y las agendas públicas.

Así, la propuesta plantea fortalecer 5 centros de trabajo cultural ubicados en 3 localidades de la provincia de Pichincha (Quito, Cayambe y Pedro Moncayo) que participan de procesos formativos no formales sobre manifestaciones culturales (teatro, danza, pintura, escritura, grafiti, stencil, mural, cine, foto, artesanías, etc.), y que se desarrollan en instalaciones públicas (casas comunitarias, centros culturales, casas de la juventud, etc.), con el tratamiento de enfoques en torno a los derechos culturales e identidad cultural, y además crear un circuito de intercambio cultural entre niñas, niños y jóvenes de estos centros que funcionen en red.

De esta manera, los talleres que se desarrollen en los centros logren que la identidad cultural se materialice mediante cualquier manifestación cultural. A manera de ejemplo, la historia del duende se puede canalizar en foto, o en teatro, o en pintura, o en texto, en fin.

Además, el proceso planteado propone que los productos que se facturan en los talleres tengan la intención de intervenir en el espacio público para que éste sea democrático. La intervención tiene que ser con creatividad, motive la participación y expresión libre, de tal manera, quienes son parte del proceso no solo exponen su obra, sino también inciden

en la opinión ciudadana con un mensaje que cuestiona las políticas de exclusión y exclusividad para posicionar la inclusión y el respeto a la diversidad cultural.

A este aprendizaje e intervención se complementa un intercambio entre los participantes de las localidades mediante experiencias vitales en las que comparten metodologías, contenidos, técnicas, espacios e intervenciones. Este intercambio implica desplazamientos de grupos de representantes de los diferentes centros involucrados, destacando que hay población tanto urbana y rural, para que estos contextos entren en diálogo, conocimiento, respeto y complementariedad. Así se crea red cultural por la niñez y la juventud, en espacios públicos que funcionan de manera permanente.

De forma paralela, la experiencia plantea crear un equipo de trabajo entre los centros culturales fortalecidos y esta cartera de estado para tratar, en torno a la ejecución del proyecto piloto, una política pública de gestión cultural con niñas, niños y jóvenes que se evidencie en un documento.

Por tanto, el proceso plantea desarrollar las siguientes estrategias:

1. Fortalecer 5 espacios de gestión cultural como piloto: uno en Cayambe, otro en Pedro Moncayo, otro en zonas vulnerable del Norte de Quito, otra en la zona vulnerables del sur de Quito y en el Centro de Quito, donde hay procesos iniciados de trabajo con niños, niñas y jóvenes. A cada escenario facilitar el desarrollo de talleres de expresión cultural con los enfoques del proyecto. Así cuente con un equipo base de facilitadores y material para el desarrollo del proceso. Cayambe. Pedro Moncayo y Distrito Metropolitano de Quito.
2. Conformar equipos de facilitadores de los 5 centros para tratar enfoques y contenidos en torno a los derechos culturales, espacio público e identidad cultural (leyendas, tradiciones, lugares, mitos, saberes, memoria social, etc.). De tal manera, estos contenidos y enfoques relacionados al patrimonio material e

inmaterial sean transversales al tratamiento de la técnica de expresión (teatro, danza, pintura, escritura, grafiti, stencil, mural, etc.).

3. Plan de trabajo local con los colectivos culturales beneficiarios del proyecto, de los cantones: Cayambe, Pedro Moncayo y Quito para el desarrollo del piloto.
4. Realización y seguimiento de los talleres
5. Establecimiento del circuito y la lógica de la movilidad entre los participantes de los tres cantones para que se involucren tanto los facilitadores locales como las niñas, niños y jóvenes participantes. Lo que implica el desarrollo de una propuesta de intervención en las localidades de acuerdo a los contextos de cada escenario.
6. Registro, promoción y difusión del proceso lo que implica impulsar un plan de comunicación para posicionar el proceso, empoderar a los participantes y producir una publicación y documental audiovisual.
7. Evaluación y sistematización del proceso con redacción de documento que sostenga una política pública de gestión cultural con niñas, niños y jóvenes.

Las estrategias deben desarrollarse en el sentido de crear una red que se visibilice como tal tanto en el desarrollo del proyecto como en los mecanismos que practica. De esta manera el proyecto plantea articular y fortalecer procesos y experiencias de entidades públicas y colectivos culturales de las localidades en red, con el fin de sostener espacios permanentes de sensibilización en torno a la identidad intercultural, la expresión libre y la construcción de espacios públicos de encuentro cultural, que en su conjunto tracen los lineamientos de una política pública con niñas, niños y jóvenes.

Datos Generales del Proyecto.-

1. Nombre del 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

1.2 .Unidad Ejecutora:

Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura

1.3. Localización.-

El proyecto intervendrá en tres cantones de la provincia de Pichincha: Pedro Moncayo; Cayambe y el Distrito Metropolitano de Quito. Escenarios en los que la Dirección Provincial ha desarrollado proyectos de formación no formal en torno a las expresiones culturales e iniciado procesos con gestores culturales y los grupos etáreos.

1.4. Plazo de Ejecución.-

De septiembre a diciembre del presente año.

1.5. Monto.-

\$ 30.000.00 dólares

2. Diagnóstico del Problema o Necesidad.

2.1 . Identificación del problema o necesidad.-

Sostener procesos en los que niños, niñas y jóvenes se formen, expresen, intercambien y hagan un uso del tiempo propio en torno a los ámbitos de la cultura y sus expresiones, son bastantes limitadas en general, y más aún a nivel del sector público. Así, los espacios que se desarrollan básicamente son efímeros, excepcionalmente la Casa de la Juventud del Patronato de Quito ha logrado

sostener un espacios permanente para jóvenes alrededor de las expresiones artísticas y urbanas.

Este escenario es parte de la generalizada falta de espacios para niños, niñas y jóvenes en el ámbito cultural, escenario que es más crítico respecto a la casi nula oferta formativa en este sentido. Por otro lado, la visión con el que se desarrolla este tipo de actividades es básicamente dentro del ámbito artístico. Lo que deja de lado, el tratamiento de la amplia temática sobre la memoria social y patrimonio tangible e intangible.

Niños, niñas y jóvenes carecen de políticas públicas que atiendan el aprendizaje formal y no formal, reflexión, intercambio y expresión en torno a su identidad cultural, y por esta razón son más flexibles a acoger lo que el medio les ofrece; en este caso, la identidad cultural que proviene del consumo de las industrias culturales y medios de comunicación; identidad que acoge lo externo antes que lo interno a la nación y territorialidad del país, y que alimenta serias contradicciones de repudio antes que de reconocimiento y encuentro de la riqueza y diversidad cultural del país.

2.2 Línea Base

Durante el 2009 la Dirección Provincial de Pichincha ha desarrollado algunos proyectos puntuales que se han desarrollado con niños, niñas y jóvenes: “Niñas, niños, jóvenes y comunidad”, “Comunidad creativa con memoria histórica”, “Recuperación de espacios simbólicos en la provincia”, “Radio revista cultural”.

Estos proyectos han suscitado sinergias entre instituciones públicas y privadas, gestores y actores culturales y la Dirección Provincial con el fin de atender espacios para el uso del tiempo propio, sensibilización en torno al arte, la identidad cultural, el aprendizaje colectivo, la expresión lúdica, la presencia en el

espacios público y otros ámbitos que promueven la participación ciudadana y práctica de los derechos culturales.

Estos proyectos se han desarrollado en varios cantones, siendo en algunos de ellos la primera vez que ocurre este tipo de experiencias. Consecuencia de estas gestiones la acogida ha sido general y la demanda concreta: sostener espacios permanentes para niños, niñas y jóvenes en torno a la cultura.

A la par, se están desarrollando agendas locales que permitan la construcción del Sistema Nacional de Cultura, en estos espacios de coordinación con gestores culturales y autoridades de gobiernos locales la demanda es similar: espacios permanentes para niños, niñas y jóvenes en torno a la cultura.

En los cantones Pedro Moncayo y Cayambe hay procesos de articulación con gestores y activistas culturales, gobiernos locales y provincial, lo que permite condiciones para sostener una agenda local y prever alianzas con las autoridades locales y provinciales para sostener a futuro los espacios planteados. En el caso del Distrito Metropolitano de Quito, el proyecto plantea fortalecer y potenciar espacios culturales que sirven como ejes de apoyo, tanto en la experiencia, manejo de contenidos como también de metodologías e infraestructura.

Así, la Casa de la Juventud que sostiene el Patronato San José del Municipio de Quito por más de dos años ha mantenido una dinámica permanente alrededor de talleres en pintura, grafiti, danza, baile, fotografía, malabares, dibujo, música, entre otras expresiones. Incluso su infraestructura para los malabares es única lo que permitirá proyectar lo que otros espacios no lo tienen. Incluso el Municipio capitalino prevé crear Casas de la Juventud en el norte y sur de Quito, a más de una en el Valle de los Chillos, casas donde el trabajo cultural es el eje.

La Dirección Provincial dirige sus actividades y proyectos en función de construir procesos que desarrollen las políticas del Ministerio de Cultura. Así, en

función de canalizar la prioridad de trabajo con niños, niñas y jóvenes plantea el presente proyecto, para sistematizar y articular la gestión en un piloto.

2.3 Análisis de Oferta y Demanda

Demanda

La población objetivo que busca atender este proyecto es el sector infantil y juvenil de 3 cantones de la provincia de Pichincha, ya que ellos requieren de espacios permanentes para su desarrollo creativo, de expresión lúdica y libre, y de sensibilización sobre la identidad cultural. Espacios que sean alternativos y dinamizadores de nuevos procesos que posibiliten potenciar las capacidades cognoscitivas, artísticas y ciudadanas.

Estos niños, niñas y jóvenes por la situación social y económica de sus familias pasan desatendidos en su tiempo propio y sin opciones para elegir en qué involucrarse.

La población infantil y juvenil de estos 3 cantones es extensa, por lo que el proyecto prevé beneficiar al menos a 300 niños, niñas y jóvenes directos, y de manera indirecta por la movilidad que plantea e intervención a más de 5.000 niñas, niñas y jóvenes.

Se debe hacer énfasis en que se fomentará el voluntariado y la participación comprometida de un gran sector de jóvenes y adultos.

Oferta

Hay instituciones, organizaciones de colectivos y actores culturales que han desarrollado y se mantienen en la atención a niñas, niños y jóvenes en espacios para el aprendizaje no formal, de recreación, motivación de las expresiones culturales e identidad cultural, que sostienen con un trabajo de mucho esfuerzo e iniciativa. La propuesta es coordinar con estos actores y gestores culturales e

instituciones públicas para articular las capacidades técnicas, logísticas, metodológicas en torno a una red pública de gestión cultural para niños, niñas y jóvenes que trabajen en alrededor de la identidad cultural local, democratización de los espacios públicos, el intercambio cultural y la expresión libre.

Hay centros culturales, casas barriales o comunitarias, casas de la juventud, que se abren a la ciudadanía para que accedan a su oferta cultural. La idea es potenciarlos y sostenerlos, además que los contenidos y metodologías que desarrollan tengan los enfoques planteados en el proyecto. Además, estos centros potencien el desarrollo integral de niños, niñas y jóvenes; esto significa que todos los aspectos que conforman la personalidad se desarrollan como un todo, combinando las áreas de manera flexible, periódica y organizada.

La creación de una red cultural es cada vez más viable porque existe una voluntad de articulación permanente y construcción de agendas locales para la gestión cultural en la que participan gestores, actores, instituciones. Procesos que van desarrollándose poco a poco y que requieren de atención del Ministerio, no sólo con el apoyo técnico y de gestión sino también con recursos, que son diferentes a los proyectos en gestión.

El proyecto plantea que estos centros de gestión cultural sean vivos, con incidencia en su comunidad, participativos, incluyentes y alternativos.

2.4 Caracterización de la Población Objetivo

Esta propuesta se orienta a 300 niños, niñas y jóvenes de 3 cantones de la provincia de Pichincha, entre los 6 y 24 años EDAD de edad, en un espacio seguro de expresión, aprendizaje, de reconocimiento de la diversidad cultural, de intercambio, y de incidencia en la comunidad, por eso hablamos de más de 5.000 niños, niñas y jóvenes beneficiados indirectamente mediante las intervenciones del trabajo en los talleres.

3. Marco Lógico

Estrategias de ejecución.-

1. Fortalecimiento de 5 centros de gestión cultural

Conseguir grupos y espacios donde se pueda aplicar el proyecto, se explicara a los diferentes grupos la intención del proyecto y como ellos pueden intervenir, al mismo tiempo esto permitirá encontrara las potencialidades del sector e identificar que talleres se trabajaran y como se los realizará.

Actividades:

- Definición de los 5 centros de gestión cultural de acuerdo a criterios de sostenibilidad, territorialidad y capacidad de infraestructura.
- Sociabilización del proyecto para los beneficiarios locales
- Definición de las necesidades locales enfocadas a formación y capacitación
- Identificación, evaluación y definición de los talleristas de acuerdo a necesidades antes determinadas
- Plan de trabajo por localidad: Materiales y cronograma

2. Definición de redes locales

En esta parte se trabajara con los facilitadores de los 5 centros enfoques y contenidos en torno a los derechos culturales, espacio público e identidad cultural (leyendas, tradiciones, lugares, mitos, saberes, memoria social, etc.). Además, conocer el papel de la comunicación en el fortalecimiento de la red y como por medio de esta se posesionara su gestión. Al mismo tiempo se tratara la lógica de las intervenciones.

Actividades:

- Talleres de Inducción patrimonio, identidad, micromedios.
- Talleres de expresiones culturales(2 talleres de 40 horas en cada localidad)
- Registro audiovisual y escrito del proceso
- Seguimiento de la elaboración de talleres.

3. Circuito de Intercambios

Se realizara intercambios entre las localidades que participan en el proyecto, la idea es que cada localidad pueda exponer a sus visitantes algo de su patrimonio y memoria social por medio de lo conseguido en los talleres, al mismo tiempo se conseguirán acuerdos para sostener el proyecto.

Actividades:

- Realización de 5 encuentros (con representantes rotativos de cada localidad)
- Elaboración de acuerdos de sostenibilidad de la red. Ç
- Evento de cierre
- Acompañamiento en el proceso
- Registro escrito y audiovisual del proceso

4. Sistematización y Comunicación

Se realizara dos productos comunicativos, un documental que recoge toda la experiencia del proceso y un libro que llevara la memoria fotográfica y la sistematización recogida en todo el procesos, al mismo tiempo se realizará una evaluación que nos demuestre logros, fallas y sugerencias,

Actividades:

- Elaboración de un documental
- Elaboración de un libro memoria
- Evaluación

Estructura del Marco Lógico es la siguiente:

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (o Riesgos)
<p>FIN (u Objetivo de Desarrollo):</p> <p>Promover y apoyar los procesos de expresión libre, formación, recreación, intercambio y difusión del patrimonio cultural y natural con niñas, niños y jóvenes, realizado en el espacio público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 5 centros de gestión cultural en Pichincha con niñas, niños y jóvenes funcionando en red. - 1 Documento impreso con la memoria del proceso - 1 Video Documental del proceso 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe técnico - Registro fotográfico - Lista de participantes - 1 documento impreso con la memoria del proceso. - 1 Video Documental del proceso - Cartas de intención con instituciones y/o colectivo de gestores 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo de entidades y/o colectivos de actores y gestores culturales - Actores Culturales visibilizados. - Desarrollo de actividades culturales en los sectores de intervención .
<p>PROPÓSITO (u Objetivo General):</p> <p>Crear una red piloto que sea referente del desarrollo de una política pública de gestión cultural con</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 1 propuesta de política pública cultural con niñas, niños y jóvenes. - 6 centros de 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 documento con política pública cultural con niñas, niños y jóvenes. - Red conformada 	<ul style="list-style-type: none"> - Funcionamiento de Red. - Sostenimiento de red

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (o Riesgos)
niñas, niños y jóvenes. Sus ejes son la identidad cultural diversa y la democratización del espacio público, aspectos que no suelen ser visibilizados dentro de la cultura y las agendas públicas.	gestión cultural en Pichincha con niñas, niños y jóvenes funcionando en red. – 1 Documento impreso con la memoria del proceso – 1 Video Documental del proceso	con 6 centros de gestión cultural en Pichincha. – 1 impreso con la memoria del proceso – 1 Documental del proceso	
COMPONENTES (o resultados de los objetivos específicos): - Fortalecimiento de centros de gestión cultural - Definición de redes locales - Circuito de	5 centros culturales fortalecidos en su gestión y su cobertura. 20 talleres desarrollados 5 encuentros, uno por	Productos escritos, visuales y firma de acuerdos. Plan de trabajo, módulos y registro de asistencia e informes Registro de asistencias y documentación de productos finales	– Cooperación y coordinación entre instituciones, gestores, actores culturales.

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (o Riesgos)
Intercambio - Sistematización y comunicación	localidad y un encuentro general 1 video documental 1 libro memoria 1 informe final	Publicación del video, el libro y el informe	
<p>1 Fortalecimiento de centros de gestión cultural</p> <p>Definición de los 5 centros de gestión cultural de acuerdo a criterios de sostenibilidad, territorialidad y capacidad de infraestructura.</p> <p>Socialización del proyecto para los beneficiarios locales.</p> <p>Definición de las necesidades de cada localidad.</p> <p>Identificación,</p>	\$ 4250	<p>-Recibos</p> <p>-Facturas de proveedores.</p> <p>-Cronograma de ejecución.</p> <p>-Sistematizaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Espacios físicos donde realizar los talleres de expresiones culturales. - Grados de participación de los actores involucrados. - Espacio para capacitaciones de inducción y de comunicación. - Materiales de apoyo para capacitaciones y funcionalidad de la red.

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (o Riesgos)
<p>3 Circuito de Intercambio</p> <p>Elaboración de 5 encuentros con representantes rotativos de cada localidad</p> <p>Elaboración de acuerdos sobre sostenibilidad de la red.</p> <p>Evento de cierre</p> <p>Acompañamiento al proceso.</p> <p>Registro escrito y audiovisual</p> <p>4 Sistematización y comunicación</p> <p>Elaboración de documental y publicación</p>	<p>\$ 550</p>	<p>-Producto escrito y audiovisual</p>	

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (o Riesgos)
Elaboración de libro de memoria Evaluación			

ANEXO 3

PROYECTO NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES EN EL FORTALECIMIENTO DE ESPACIOS CULTURALES A TRAVÉS DE INTERCAMBIOS Y CREACIÓN DE REDES EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

PLAN DE COMUNICACIÓN

OCTUBRE – DICIEMBRE 2009

I. PRESENTACIÓN:

El presente plan de comunicación forma parte del **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**, el contenido de este Plan, se ajusta a la propuesta de crear redes de intercambio de conocimiento por medio de la movilidad, e impulsa la utilización de medios alternativos de comunicación (micromedios) que potencien las destrezas de las poblaciones sobre las que se espera incidir, tanto al interior de ellas como de manera externa.

Las acciones que en este plan se desarrollen irán encaminadas a la consecución de los objetivos que el proyecto plantea, y sobre todo a destacar el papel desempeñado por las poblaciones en el sentido de reapropiación de los espacios, de transformación de los viejos contenidos de los medios de comunicación en reflejos de las localidades.

II. INTRODUCCIÓN:

Las estrategias comunicativas dentro de los espacios locales resultan de suma importancia en procesos de desarrollo comunitario, y también en la formación de redes, puesto que el avance y mantenimiento de sistemas en redes se logra solo en base a una fuerte comunicación interna y externa, de ahí que sean los micromedios las herramientas que mayor eficacia poseen dentro de estos contextos.

La utilización adecuada de los micromedios ayuda a crear espacios de promoción y difusión de las actividades que se realizan al interior de las comunidades y para fortalecer los lazos de cooperación.

Los micromedios se describen como herramientas de fácil acceso, cuya característica es ser: pequeños, pobres y precisos. Y de ahí que su efectividad sea alta y comprada, ya que nacen con las dictaduras latinoamericana, tornándose medios de comunicación alternativa frente a los sistemas de represión, y haciendo que se construya con esto una forma de reflejarse y construir identidad, en respuesta a los imaginarios vendidos en los medios masivos, que no reflejan necesariamente lo que somos.

Los micromedios ayudan a que las poblaciones se vean reflejadas en lo que ellas mismas construyen, y que sepan que la comunicación la hacemos todos, además que fomentan el intercambio de experiencias.

Este plan de comunicación se desarrollará en tres cantones de la Provincia de Pichincha (Quito, Cayambe y Pedro Moncayo) y espera obtener como resultados el desarrollo de medios comunitarios que sin necesidad de más recursos que la organización y voluntad de trabajo de las localidades se mantengan y avancen en la creación de un sistema autónomo propio de las poblaciones.

III. CONTENIDO DEL PLAN:

3.1 OBJETIVOS:

3.1.1 Objetivos Estratégicos:

- Dotar a la comunidad de herramientas comunicativa que sostengan el proceso de fortalecimiento de los espacios culturales seleccionados y el mantenimiento de la red para el intercambio de conocimientos.
- Posicionar el proyecto piloto en los medios y la opinión pública.

3.1.2 Objetivos operativos:

Desarrollar talleres de creación de micromedios en las cinco áreas de incidencia

Desarrollar cinco micromedios (uno por cada localidad) para la comunicación interna de la organización.

Crear cinco micromedios para la comunicación externa que potencien las redes de intercambio y la movilidad.

Crear una agenda de comunicación para posicionar el proceso.

III.2 DESTINATARIOS

Gestores culturales de los cinco espacios locales

Asistentes a los talleres de expresiones artísticas

Población de las cinco localidades (indirectos)

Autoridades Locales (indirectos)

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Dotar a la comunidad de herramientas comunicativa que sostengan el proceso de fortalecimiento de los espacios culturales seleccionados y el mantenimiento de la red para el intercambio de conocimientos.
- Posicionar el proyecto piloto en los medios y la opinión pública.

OBJETIVOS OPERATIVOS

Desarrollar talleres de creación de micromedios en las cinco áreas de incidencia	Desarrollar cinco micromedios (uno por cada localidad) para la comunicación interna de la organización.	Crear cinco micromedios para la comunicación externa que potencien las redes de intercambio y la movilidad.	Crear una agenda de comunicación para posicionar el proceso.
--	---	---	--

↓

DESTINATARIOS

III.3 ESTRATEGIA:

La estrategia del Plan de Comunicación del **PROYECTO NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES EN EL FORTALECIMIENTO DE ESPACIOS CULTURALES A TRAVES DE INTERCAMBIOS Y CREACIÓN DE REDES EN EL CENTRO Y NORTE DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA** toma en consideración una serie de referentes fundamentales que se configuran como los elementos sobre los cuales deben sostenerse los “objetivos de comunicación”, que se sintetizan en:

- Dotar a la comunidad de herramientas comunicativa que sostengan el proceso de fortalecimiento de los espacios culturales seleccionados y el mantenimiento de la red para el intercambio de conocimientos.
- Posicionar el proyecto piloto en los medios y la opinión pública.

Desde esta perspectiva, el Plan de Comunicación toma, como vectores clave para la definición de unos objetivos orientados a mejorar la eficacia y la eficiencia en la utilización de los fondos, los siguientes criterios, enfoques y principios:

Principios directores.

- Utilización de micromedios de construcción sencilla, que no demanden materiales altamente costosos y cuya accesibilidad para la población sea fácil.
- Sencillez de la Comunicación, que consiste en el logro de una clara identificación de los distintos elementos que configuran los diversos talleres de expresión cultural. Esta identificación contribuye a adecuar la comunicación con los miembros de los espacios culturales.
- Originalidad y atractivo de la publicidad a emplear en la difusión de los talleres y en el intercambio entre localidades, para captar la atención de la sociedad en su conjunto.

Los enfoques en función de los objetivos.

- **OBJETIVO 1:** Dotar a la comunidad de herramientas comunicativa que sostengan el proceso de fortalecimiento de los espacios culturales seleccionados y el mantenimiento de la red para el intercambio de conocimientos.

➔ **ENFOQUE 1:** el objetivo se dirige a los miembros de un espacio cultural, participantes de los talleres de expresiones culturales para el fortalecimiento de ese espacio, por tanto el enfoque es de difusión y de carácter publicitario, puesto que por medio de ello se espera que más gente acoja la convocatoria, se extienda el número de participantes y los gobiernos locales conozcan sobre la iniciativa para que en lo posterior sean ellos los que posibiliten el mantenimiento de los espacios; además, se inclina hacia el intercambio de conocimientos y al funcionamiento de los cinco espacios culturales en red, por tanto presentan un enfoque de elevar el nivel de participación de modo que el intercambio de experiencias entre un espacio y otro permita incrementar en todo lo posible el nivel de exigencia y con ello, la eficiencia en el uso de los materiales, el espacio, etc.

- **OBJETIVO 2:** Posicionar el proyecto piloto en los medios y la opinión pública.

➔ **ENFOQUE 2:** el objetivo netamente posee un enfoque de difusión. El posicionar un proceso en la opinión pública demanda de una agenda de trabajo en medios que permita llegar con el mensaje de la creación del piloto a los medios locales y nacionales si fuese posible.

Enfoque publicitario y de difusión:

Se trata de garantizar la visibilidad del Piloto, y del esfuerzo que conlleva el fortalecimiento de los espacios culturales, y mostrar que fortalecer estos sitios de encuentro se encaminan a la consecución de prácticas que potencien la gestión cultural

pública, además de incluir en el proceso a los gobiernos locales para el sostenimiento de los centros y así conformar en Sistema de Cultura visto como cooperación entre instituciones y ciudadanía. A la vez que el enfoque publicitario garantiza la concurrencia a los talleres que se desarrollarán en estos espacios y se aumentará así el nivel de incidencia.

En tanto en cuanto los destinatarios son los miembros de los espacios y la comunidad en general, surge la necesidad de sintetizar y simplificar el mensaje. De ahí que los contenidos de los mensajes deben reflejar a la comunidad en ellos, deben ser ellos los protagonistas de los carteles, de las cuñas publicitarias, de los radio dramas, etc.

Además, la difusión en los medios, demanda de estrategias de creación de una agenda que permita posicionar en la opinión pública el trabajo que tanto gestores culturales como asistentes a los talleres realizan, esto permitirá que el piloto se replique en otros sectores, y se convierta en un política de gestión cultural pública.

Enfoque de trabajo en red:

El mantenimiento de una red de intercambio entre los cinco espacios culturales es de suma importancia para lograr los objetivos del proyecto piloto, puesto que la experiencia servirá para articular redes ya no solo locales sino nacionales, el componente comunicativo en este sentido es de suma importancia, pues el trabajo en red se logra solo a través de un fuerte trabajo de organización tanto interna como externa. Los medios que se utilicen deberán tener un enfoque de movilidad, deberán ser sencillos, transportables, que pueden incidir en el espacio público.

3. 4. CONTENIDO DE LAS MEDIDAS DE DIFUSIÓN Y TRABAJO EN RED.

Atendiendo a los objetivos, criterios y enfoques descritos, las medidas de comunicación adoptadas finalmente han sido las que se describen a continuación.

Dotar a los integrantes de los espacios culturales de herramientas comunicativas para la difusión de sus actividades mediante la utilización de medios alternativos (**medida 1**)

- Talleres en las cinco localidades para el reconocimiento de las funciones y usos de los micromedios como forma de comunicación alternativa.

Facilitar el acceso general a la información derivada de la gestión y fortalecimiento de los espacios culturales (**medida 2**)

- Micromedios en cada localidad para la difusión de los talleres.
- Elaboración de libro memoria (producto escrito)
- Elaboración de documental (producto visual)

Facilitar la construcción de las redes de intercambio (**medida 3**)

- Circuito de intercambios en las localidades.
- Micromedios móviles que acompañen los circuitos.
- Acuerdos entre espacios culturales para mantener activa la red.
- Evento de cierre: toma de algún lugar e intervención en el espacio público.

Crear una agenda de medios para posicionar el proceso (**medida 4**)

- Concertación de entrevistas en radios locales.
- Publicación de los avances del proceso en la web de colectivos culturales “Cultura en Red”.
- Concertar la publicación de reportajes o entrevistas en medios impresos.

3.5 MEDIOS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN.

La estrategia de comunicación se ha determinado en función de los objetivos que se pretenden alcanzar. A su vez, las medidas de difusión y trabajo en red diseñadas, de forma coherente con dicha estrategia, disponen el contenido de la información a transmitir. Para ello, la selección de los instrumentos de comunicación óptimos es esencial, pues de ellos depende en gran medida la eficacia comunicativa del Plan.

En este sentido, se ha considerado la conveniencia de incluir una amplia variedad de herramientas de cara a emplear la que mejor se ajusta en función de la naturaleza del mensaje que se quiere transmitir o de las características de cada uno de los cinco espacios culturales.

Las relativas a la difusión y promoción de los talleres de expresiones culturales mediante el uso de la cartelera, cuñas radiales por perifoneo,

Las correspondientes al trabajo en red mediante el uso de paredes móviles, páginas web, stencil.

Las que corresponden al posicionamiento del proceso en la opinión pública concretando entrevistas en radios, reportajes en medios escritos, la elaboración de un documental.

3.6 PRESUPUESTO INDICATIVO PARA LA APLICACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El presupuesto indicativo del presente Plan procede del presupuesto general del **“Proyecto niñas, niños y jóvenes en el fortalecimiento de espacios culturales a través de intercambios y creación de la Provincia de Pichincha”**

3.7 PERSONAS DE CONTACTO RESPONSABLES DE LA INFORMACION Y PUBLICIDAD

En lo que respecta a la coordinación de las acciones de este Plan de Comunicación la asumirán, en estrecha colaboración con los gestores culturales de la Dirección Provincial de Pichincha del Ministerio de Cultura, Elsa Bejarano, Jorge Cisneros y Yadira Aguagallo.

3.8 SISTEMA DE SEGUIMIENTO DEL PLAN

Para el seguimiento del Plan de Comunicación del **“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”** se prevén visitas periódicas a las localidades para recoger las dudas o iniciativas nuevas que tengan los asistentes, así como para apoyar en la construcción de los medios de comunicación locales para la difusión de los talleres.

3.9 SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL PLAN:

El plan de comunicación del **“Proyecto niñas, niños y jóvenes en el fortalecimiento de espacios culturales a través de intercambios y creación de redes en la Provincia de Pichincha”** se someterá a evaluaciones a priori, a medio plazo y a posteriori.

Las realizadas a medio plazo y a posteriori, se enmarcarán dentro de un sistema de evaluación continua y se llevarán a cabo en los meses de octubre noviembre y diciembre respectivamente, adoptando la forma de informe de evaluación intermedia e informe de evaluación a posteriori.

Estas evaluaciones serán llevadas a cabo por los responsables del Plan de Comunicación.

Las evaluaciones tienen como objetivo mejorar la calidad y aumentar la eficiencia y la eficacia de aplicación del plan de comunicación. El avance, la eficiencia y la eficacia se medirán por medio de indicadores relativos a la situación inicial y los resultados obtenidos.

**INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN
PLAN DE COMUNICACIÓN**

TIPO DE ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	Previsto a dic/ 09	INDICADORES DE RESULTADOS	Previsto a dic/ 07
1. Talleres de introducción y creación de micromedios en cada localidad	# de talleres programados	5 talleres	# de asistentes a los talleres	60 en cada localidad. Total: 300 personas
2. Información y difusión de los talleres de expresiones culturales en cada localidad, por medio de carteleras	# de carteleras	40 carteleras		
3. Información y difusión de los talleres de expresiones culturales en cada localidad,	# de cuñas	40 cuñas		

por medio de cuñas radiales				
4. Intercambio por medio de paredes móviles	# de paredes móviles	5 paredes móviles	# de intercambios	5 intercambio s
5. Publicación escrita	# de publicaciones	1 memoria escrita	% de publicaciones distribuidas	100%
6. Documental audiovisual	# de documentales	1 documenta 1	% de documental distribuido y publicado	100%
7. Evento de cierre			# de asistentes	1000