

# La cultura recuperará



ILUSTRACIÓN: EMELY RUIZ

*El Seminario Cultura y Recuperación Nacional, realizado en Caracas, en abril de este año, puso en claro la necesidad que tienen las instituciones del "sector cultura" de incorporar nuevas herramientas técnicas para afinar sus gestiones, deslastrándose del sesgo apocalíptico que demasiados años de Teoría Crítica convirtieron en prejuicio. En estas líneas, una reseña del evento, donde se destacan cinco momentos de un debate que debe ser profundizado.*

■ Carlos Delgado-Flores

# al país (perdido)

**C**uando comenzaron a circular las invitaciones para el Seminario Cultura y Recuperación Nacional, ni el Banco Central de Venezuela, ni la Corporación Andina de Fomento, ni la Fundación Bigott, ni la Fundación Polar se esperaron una afluencia masiva como la que hubo, por parte de las instituciones que integran el Sector Cultura de nuestro país, o más concretamente, del área metropolitana. Buen signo, sin duda, para una iniciativa que, ahora que la miramos en perspectiva, tenía dos objetivos básicos: dar herramientas a las instituciones culturales para "cambiar su discurso" a la hora de "negociar" con el sector privado u oficial (sus principales mecenas) y sumar voluntades institucionales para cuando la Ley de Mecenazgo vaya a ser discutida por la Asamblea Nacional (cuando escribo esto aun no se realizan las Megaelecciones, por lo que cuando sea leído quizás ya se sepa si fui ingenuo o no).

Pero el buen signo también tiene sus contornos: con el desarrollo del evento, el auditorio progresivamente, se fue dividiendo, entre los entusiastas de "modernizar" el discurso de la gestión cultural en el país, incorporando saberes de otras disciplinas, como economía, mercadeo, tecnología, etc., y los reacios, so pena de estar "bajando de nivel" la producción, la formación o la gestión, según fuera el caso, pero con una peculiaridad: era un diálogo de sordos, sobre las Industrias Culturales sin que ellas estuvieran presentes, sobre el Estado, quien apenas estuvo al principio y al final, representado por la Autoridad Unica de Vargas, Carlos Genattos, y por el Viceministro de Cultura, Ma-

nuel Espinoza, y sobre el público, advertido, supuesto convidado de piedra.

Pero que la precisión no sea óbica: quien esto escribe va a pecar de inmodesto y de subjetivo en las líneas que siguen. Llevo cinco años predicando, dentro y fuera de los Medios de Comunicación Social (más afuera que adentro, claro está) porque las instituciones culturales rompan sus campanas de cristal y sientan el aire que circula, lleno de cambios, que cuando se produce un evento de esta naturaleza, lo menos que puedo expresar en una pequeña satisfacción. Claro que no fue nunca una prédica solitaria: esta revista ha publicado no pocos trabajos de investigadores del área cultural/comunicacional (espero que algún día la barrera epistemológica entre ambos ceda) que, al centrarse más en el público que en el mensaje, más en el consumo que en la producción, nutren de argumentos las voluntades a favor de los cambios de acción cultural.

Del conjunto total de ponencias, presentadas a lo largo de tres días, seleccioné, para reseñar y comentar, cinco de ellas, que ilustran cinco momentos de un debate que debe ampliarse no sólo a la comunidad de trabajadores, artistas y promotores de la acción cultural, sino también al público, a la sociedad civil organizada tanto en el área metropolitana como en el interior del país.

## **SAUL SOSNOWSKI: LA CULTURA ES EL DESARROLLO COMUNITARIO**

El Director del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Maryland, Estados Unidos (institución coauspiciante del evento), es un afamado crítico literario y fue jurado del pasado Premio

Internacional de Novela Rómulo Gallejos. La Universidad de Maryland se ha constituido en uno de los centros de educación superior de los Estados Unidos, con formación en artes, de mayor fuerza. Y la intervención de Sosnowski ubica el primer postulado del debate: *la gestión de la acción cultural de un país no es gasto, sino inversión para el desarrollo* (sustenido, sustentable y con equidad, para usar todos los adjetivos). Los Organismos Multilaterales enfocados al desarrollo económico (Banco Mundial, FMI, BID, etc.) lo discuten desde hace dos o tres años, la UNESCO lo viene diciendo desde que se creó. ¿Hacía falta que la globalización, el uso progresivo de Internet, la televisión por cable, la telefonía satelital y el auge transnacional de las industrias culturales, entre otras cosas, mostraran el impacto que genera la acción cultural, en términos cuantitativos, en las economías de las naciones, en la generación de empleo y en la conformación de tejido social?

Pero Cultura como sector no suele -y quizás no deba- contemplarse lejos de Educación. "Como parte del proceso de inversión -sostiene Sosnowski- corresponde articular los medios para fortalecer la institucionalidad educativa en sus respectivos niveles en función de necesidades sociales y proyectos a futuro, función que le cabe no sólo a un Ministerio de Educación sino también a otros organismos nacionales y al sector privado. Se trata de planificar programas de desarrollo social y económico y de ofrecer estímulos para carreras que los sostengan a corto y mediano plano y que a la vez posean la necesaria capacidad de adaptación para proyectar en el largo plazo.

Con cultura ingresamos a una zona más porosa pero que también comparte algunos de los interrogantes formulados sobre los contenidos de la educación formal. Se trata ante todo de precisar los términos que definen cultura, sea desde una perspectiva antropológica, que conlleva los hábitos, tradiciones, prácticas y señas de identidad de un pueblo, o la mantenida, que porta juicios de valor y dirime en categorías de relativa precisión que constituyen las artes y lo propiamente cultural.

Para nuestros fines es de particular relevancia subrayar el carácter definitorio, aglutinador y a la vez diferenciador que ejerce la cultura en los asuntos del estado, así como en las alianzas y las relaciones internacionales. Al unir educación y cultura con ciudadanía y democracia, subrayo el valor instrumental de la educación y de la cultura en tanto aportes a la construcción de una ciudadanía y al fortalecimiento del sistema cívico expresado en y a través de la democracia. Apunto además a la relación existente entre el crecimiento individual impulsado por la educación y el desarrollo comunitario que surge como parte de la sociabilidad.

El desafío (en el marco de la globalización) para las culturas nacionales siempre híbridas, siempre mestizas, siempre historizadas es cómo establecer las condiciones de diálogo con otras culturas que también van siendo propias. Cómo preparar a la propia ciudadanía para aprovechar estas nuevas reglas de juego y contribuir al diseño de los parámetros necesarios para la especificidad de la población. Sabemos que ha aumentado la pobreza, la marginalización e inequidad y que América Latina posee el peor índice mundial en la distribución de la riqueza. También sabemos que no hay otra alternativa sino operar dentro del sistema para responder a tales condiciones. Las opciones comienzan a darse en las condiciones de participación e intervención. Es precisamente allí donde una vez más entran en juego las políticas culturales y educativas, en el sentido mismo de un estado-nación en las instancias en que se le considere cada vez más irrelevante.

#### **FERNANDO VICARIO: DEPONER LOS EGOS**

El Secretario del Convenio Andrés Bello, dirigió una arenga al sector cultural venezolano para fijar, con este procedimiento, el segundo punto: *la reconstrucción del tejido social es un proceso político que se basa en la acción cultural,*

“  
Del conjunto total de ponencias,  
presentadas a lo largo de tres días,  
seleccioné, para reseñar  
y comentar, cinco de ellas,  
que ilustran cinco momentos  
de un debate que debe ampliarse  
no sólo a la comunidad  
de trabajadores, artistas  
y promotores de la acción cultural,  
sino también al público,  
a la sociedad civil organizada  
tanto en el área metropolitana  
como en el interior del país.

”

*para lo cual, el sector debe tener una conducta más "gremial": debe concebirse a sí mismo como sector.*

“En un magnífico libro que se publicara a partir de un documento de la CEPAL en el año 1995, bajo el título de “Esa esquiva modernidad”, escrito por Hoppehaym, Ottone y Calderón -cita Vicario- se dice que la modernidad integradora ha de regirse por los siguientes imperativos: democratizar el acceso a los códigos de la modernidad, democratizar el acceso a una oferta de formación de recursos humanos que se traduzca en elevar, difundir y actualizar los usos de la educación y el conocimiento. Y difundir de manera más igualitaria la incorporación del progreso técnico y del valor intelectual a las actividades productivas. Uno de los (procesos) más acuciantes (en la globalización) es la construcción de un tiempo cultural sincrónico de las sociedades nacionales. De no producirse esta sincronía cultural el desfase de unos afectará indudablemente a los otros sectores de la sociedad. Por ello hay que preguntarse por los órdenes simbólicos que reorganizan la comunicación entre las diferentes co-

munidades. Estos procesos simbólicos han de ser cuestionados desde la desterritorialización de las culturas que los brotan. Estas nuevas formas de generación de sentidos de pertenencia entre los emigrantes los hace especialmente vulnerables al acoso de las transnacionales. Por lo que un país de emigrantes (como lo es Venezuela) sin una política de sincronización cultural y repito sincronización, que no homogenización, será mucho más atacable por una economía de la inequidad y la injusticia social.

La ausencia de políticas culturales incluyentes traerá, o mejor dicho, está trayendo ya, unos niveles de exclusión social generadores de pobreza e inequidad. Efectivamente, estas redes y flujos de información democratizan las sociedades, pero sin unas políticas de inclusión del otro, seguiremos generando la figura del necesitado a quien hay que socorrer en lugar de invertir. Hasta la fecha, la ausencia de políticas culturales en la esencia del estado nos ha llevado a construir un tipo de política por emisión, que es la política de la exclusión del otro. Una política que se genera en la de la negación que tal vez tenga su génesis en los procesos de conquista, evangelización y colonialización. Y no estoy por la labor de empezar a buscar culpables y de señalar a nadie con el dedo. Estoy por la labor de regenerar tejido social y esto sólo se hace con la cultura. Estoy por la labor de construir un nuevo discurso y esto sólo se hace con la cultura. Estoy por la labor de no olvidar, pero no de hacer memoria para flagelar sino para edificar, y esto sólo se hace con la cultura.

Quiero proponerle a los que hacen cultura que se sientan sector de una vez por todas, los del sector del automóvil se sienten sector y hacen fuerza como sector, aunque existan quienes ponen ruedas, motores, carrocerías, electricidad, etc. En el de los hidrocarburos también hacen fuerza por ser sector, aunque estén los que sacan el petróleo, los que refinan, los que lo transportan, etc. Pero resulta que en el sector cultural la suma de los egos es tan poderosa que parece imposible que algún día nos podamos mover como sector. Y parecieran sectores separados, los del audiovisual son una cosa, los de las artes plásticas otra, en fin cada uno barre para su casa y al final como se dice vulgarmente la casa está por barrer.

Y después de la arenga, Vicario pasó a exponer algunos indicadores del informe de ayance del proyecto Economía y

Cultura, los cuales mostramos versionados como cuadros. «Según se desprende del estudio que estamos haciendo en los países de la Comunidad Andina y que está siendo liderado en cada uno de ellos por las respectivas autoridades culturales - Vicario afirma- somos el sector que más empleo juvenil genera, que mayor transferencia de tecnología asume y que más rápido mueve el dinero. Soluciones todas ellas a necesidades reales de la mayor parte de los países latinoamericanos. Pero ¿quién fomenta la construcción de nuevas industrias culturales? Por desgracia nadie, nadie lo hace y es un filón de nuevos modos de crecimiento que está siendo explotado en los países desarrollados y aquí permanece enlatado como un proyecto de futuro y de tanto mirar al futuro nos sucede que se nos convierte en pasado sin que nunca haya sido presente. Mientras en el presente son los otros los que hacen cine, televisión, pintan, esculpen, componen y graban las músicas que se bailan en las radios, etc. Hay que creerse que la cultura es un motor del desarrollo y gerenciar de forma cultural a un país es una idea que al menos debe ser revisada, puesto que lo hecho hasta la fecha da unas cifras escalofriantes, los porcentajes de pobreza hablan por sí mismos, las desigualdades que uno ve en un somero recorrido por la región son tan elocuentes que no se entiende como se sigue con la frialdad de los procesos mismos. Erráticos y contruídos de espaldas al ser humano.

Vale decir, desde ya, que las cifras - por lo menos las del caso venezolano- no son lo suficientemente claras, como se encargó de demostrar el sociólogo Carlos Guzmán es su ponencia La Cultura en Venezuela, oportunidades de inversión, sobre todo, a la hora de desgregar la contribución al PIB de la producción artística frente a las industrias culturales venezolanas, como puede verse en el cuadro 2.

Dos cosas sobre estos indicadores. Primero, que para la facturación se estimó la inversión publicitaria, no la venta neta. Es decir: si determinada compañía teatral no anunció por ningún medio, y no se obtuvieron las cifras de taquilla por temporada, es imposible saber el monto reportado al fisco y por tanto, su aporte porcentual al PIB. Segundo, que 68 millones de dólares como la facturación de «otros» equivale al cambio promedio de entonces, de 645 Bs. por dólar, a casi 44 millones de bolívares, mientras que el presupuesto asignado por el Conac, ese año, fue de casi 46 millones, lo cual no

<b>CUADRO 1</b> <b>Aporte del Sector Cultural al PIB de los países comparativo, (1999)</b>	
PAÍS	APORTE (%)
Reino Unido	2.9
EE.UU y España	4.4
Países Bajos	2.8
Suecia	6.5
Australia	3.0
Ecuador	0.7
Venezuela	4.0
Colombia <sup>(1)</sup>	2.7
Colombia <sup>(2)</sup>	4.0

*Tomado de Informe de Avance del Proyecto Economía y Cultura. CAB, marzo 2000.*  
 (1) Estimado con base en rubros exclusivos de las industrias culturales.  
 (2) Se le suma la producción de insumos que requieren las industrias culturales.

indica que el presupuesto oficial para la cultura se va en publicidad; no, sino que hay un margen de participación del sector privado en el financiamiento de la cultura que no es desestimable, pero que puede crecer más, en la medida en que se aprueben los incentivos fiscales dentro de un nuevo marco jurídico. Pero no deja de impresionar la cifra: que las industrias culturales aporten 4 puntos del PIB, en un país donde el petróleo, aun teniendo la participación mayoritaria, no supera los 30 puntos, es impresionante, pero mucho más cuando se traduce la cifra en términos de facturación, como se mira en el cuadro 3, o en las cifras de exportación, en el cuadro 4. Y uno se pregunta si la invitación de Vicario fue escuchada, qué está esperando el sector para cerrar filas con las industrias en función de la generación de nuevas «industrias creativas».

#### **CARLOS MARTÍ. EL CONTENIDO DE LAS POLÍTICAS CULTURALES**

El presidente de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba, Carlos Martí, fue invitado a hablar de autogestión. Presentó un mecanismo más o menos elaborado, fruto de la necesidad económica de su país, causada por las injusticias de la geopolítica. Sin embargo, lo que parece un contrasentido entre sus estrategias de mercadeo y el discurso con el cual las explican como política de estado, pone en evidencia el tercer punto de debate: cada vez que un estado decide cual va a ser su cultura,

<b>CUADRO 2</b> <b>Facturación comparada por subsectores culturales en Venezuela (1999)</b>	
RUBRO	FACTURACION (\$)
Televisión	564 millones
Radio	80 millones
Prensa	181 millones
Otros	68 millones

*Tomado de Informe de Avance del Proyecto Economía y Cultura. CAB, marzo 2000.*

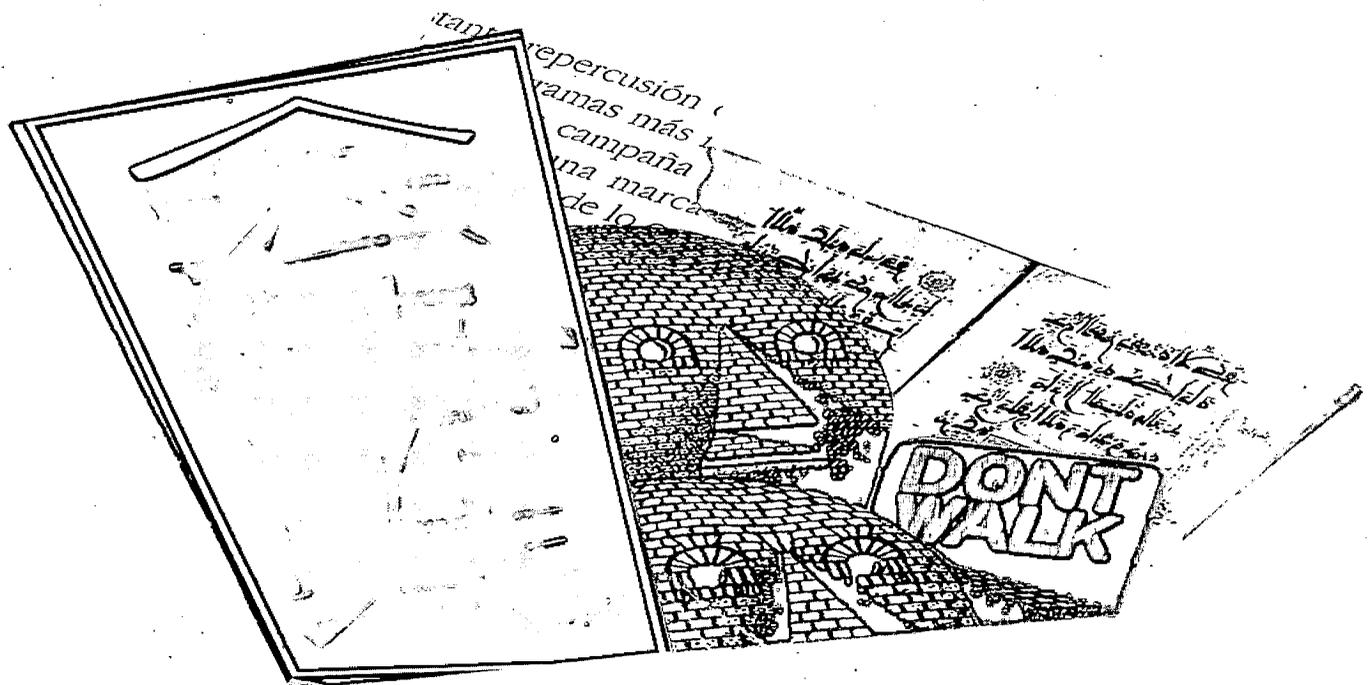
<b>CUADRO 3</b> <b>Facturación de las Industrias culturales en la Comunidad Andina (1998)</b>	
PAIS	MONTO (\$)
Colombia	1.406 millones
Venezuela	893 millones
Ecuador	316 millones
Perú	1.315 millones

*Tomado de Informe de Avance del Proyecto Economía y Cultura. CAB, marzo 2000.*

<b>CUADRO 4</b> <b>Exportaciones del sector cultura en la Comunidad Andina (1999)</b>	
PAIS	MONTO (\$)
Colombia	146 millones
Ecuador	133 millones
Perú	217 millones

*Tomado de Informe de Avance del Proyecto Economía y Cultura. CAB, marzo 2000. Las exportaciones del sector en Colombia representan 146 millones. Los sectores exportadores son el libro, el disco y las artesanías. Colombia y Venezuela son exportadores de telenovelas. En Perú y Ecuador las exportaciones se presentan casi exclusivamente en el sector artesanal.*

convierte a la acción cultural en un aparato ideológico; los riesgos de las políticas culturales no están tanto en el criterio utilizado para la distribución de recursos, como en el contenido de las políticas mismas: en los valores que se privilegian y en los objetivos que se persiguen. «Hoy en día en Cuba -expresa Carlos Martí- se habla de masificar la cultura pero con un sentido totalmente contrario al de la llamada cultura de masas, cuya aspiración sería convertir al público en un receptor acrítico, en un consumidor atento a las modas que impone el mercado gracias a



la manipulación de los gustos y de la demanda. Por el contrario, entendemos la masificación como la voluntad política institucional en el sentir martiniano de ser cultos para ser libres, de tal manera que la cultura nos permita una mayor capacidad de discernimiento frente a la avalancha homologante y uniformadora que se nos viene encima. He aquí la verdadera manera de rentabilizar la cultura que no es otra cosa, para mi, que garantizar la diversidad preservando los valores estéticos y humanistas. Es decir, pasar de la instrucción a la cultura, desterrar la vieja dicotomía entre educación y cultura y convocar la participación de la familia, la escuela, las instituciones culturales y el movimiento de artistas y escritores.

Debo recordar que estamos ante inmensos desafíos, la manipulación de las conciencias es una realidad si tenemos en cuenta el poder de las transnacionales de la información y de la producción y distribución de la subcultura. Se habla con razón de la desnaturalización y el desmontaje de las identidades, se agrade la memoria buscando homogeneizar al receptor, mientras se pretende hacer retroceder los valores y la espiritualidad propia. En nuestro caso nos respondemos estas preguntas con una política de diálogo permanente entre los creadores, lo cual es la institución que yo represento y las instituciones de promoción de la cultura, pero sobre la base cierta de que todo el pueblo, las diversas comunidades y las regiones

más apartadas sean beneficiarias de ese diálogo. Ante la disyuntiva de atrincherarse o exportar melodramas, o bien aceptar la asimetría de exportación consumo como la que existe entre los países pobres y ricos, preferimos, en nuestro caso, que el Estado, las empresas y otras organizaciones establezcan una plataforma común, basada en una política abierta al consumo más culto y en robustecer la producción nacional. Me restaría agregar que, para lograr una integración real del Estado, las empresas y otras instituciones, se debiera establecer una articulación a través de programas culturales, que contribuyan a la formación de un receptor más culto que instruido y un artista más creativo: debemos crear alternativas frente a la clonación del gusto, que pretende la bisutería global, ello sólo será posible si actuamos desde una perspectiva ética y humanista, para dominar las nuevas tecnologías y el mercado. Si convocamos artistas y escritores a buscar respuestas frente al anquilosamiento para romper esquemas y prácticas pseudoculturales que se han instalado de manera autoritaria. No hay que quemar Internet, ni satanizar la comercialización, de lo que se trata es de vincular la creatividad con el desarrollo, así como no menospreciar la autogestión ni el financiamiento, esas dos caras de las políticas culturales, que miran al pasado y al porvenir con rostro lejano».

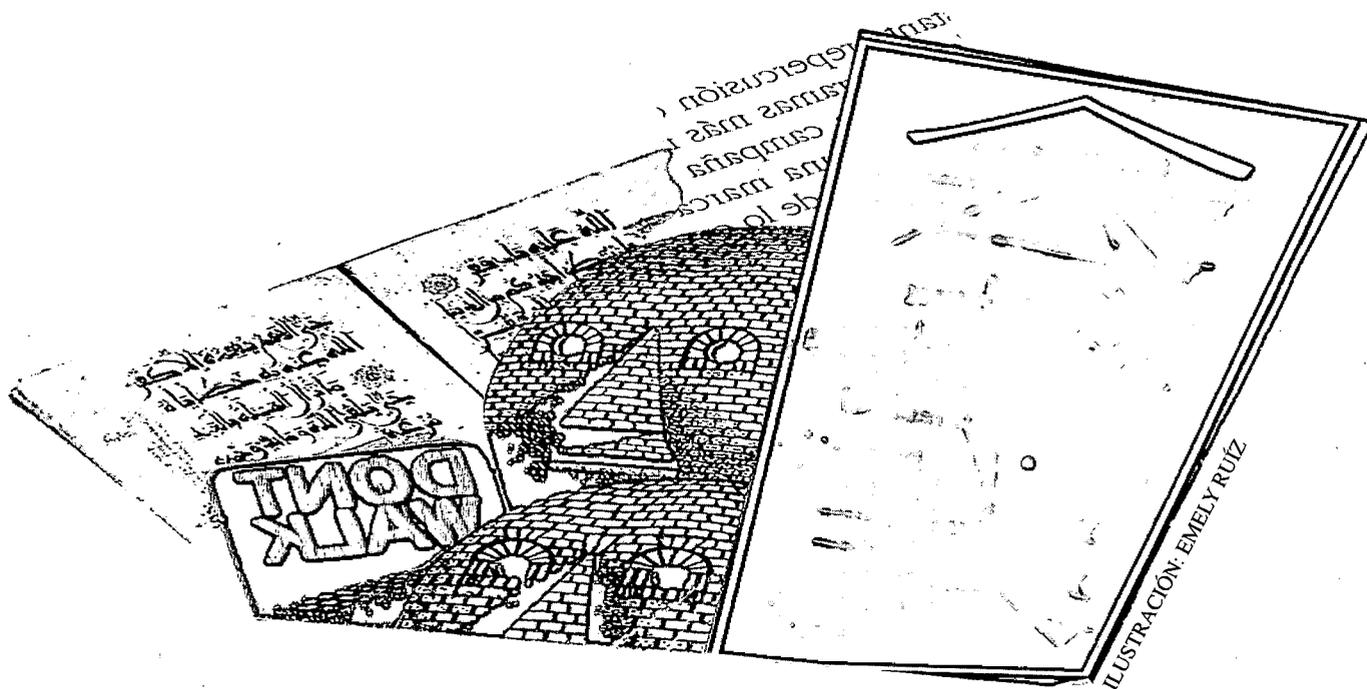
Todo eso está muy bien, pero cuando preguntamos si el estado cubano estaba

consciente del riesgo de convertir la cultura en «aparato ideológico», o si era que los turistas que visitan la isla o el público en general a quien van dirigidos los productos culturales compraban ideología respondió: «bueno, esas son las suspicacias que siempre se tienen frente al Estado». Nada más que agregar, desde nuestra parte.

#### RAMÓN PIÑANGO. CONSTRUYENDO LA AUTOESTIMA

El Presidente del IESA, el sociólogo Ramón Piñango presentó un diagnóstico crudo, duro y en extremo realista, en un estilo tan personal, tan desprovisto de la «prosa institucional», que para muchos resultó ofensivo. Sin embargo, él esbozó en su intervención el cuarto punto del debate: educación y cultura son complementarios, pero su acción debe ocurrir, positivamente en el ámbito social, más que en el institucional.

«El gran reto -afirma- el doble reto, pero casi pudiera enfatizar uno más que otro, por la circunstancia y por lo que he visto, el gran reto ya no es tanto formar la gente. Ojo, no es que estoy diciendo que no haya que formar gente, hay que poner a quien vale, darle oportunidad a quien demuestre que vale. La recuperación del país se hace -recapitulando con su gente- con organizaciones que sepan utilizar esa gente con visión de largo plazo y perdonen que me ponga tan obvio, pero es que en lo obvio es que hemos fallado, de algo que nos conduzca con continuidad y perseverancia.



La reconstrucción del país necesita gente educada, seguidora de pautas, gente que sepa hacer bien las cosas. Necesita gente zanahoria, pero también gente moño suelto, ambas cosas necesita una sociedad: gente creativa también en rebelión contra las pautas dominantes, eso es lo que hace al final un país grande. Tenemos que cuidar intensamente lo que tiene que ver con la persona artística, para que esto exista en la sociedad. Cuando yo hablo de tener gente formada y gente creativa, es porque estoy pensando en una sociedad que los produce, no en sistema educativo que no lo produce, que el sistema educativo cumpla con ciertas funciones, pero hay otra serie de instituciones que cumplen otras funciones que tienen que ver con la formación de la gente.

Y una condición necesaria para la reconstrucción es el desarrollo de la autoestima del venezolano. El pueblo alemán fue pasto del nacional socialismo porque en buena parte era una Alemania herida en su autoestima. Capacidad para hacer es capacidad para hacer bien un trabajo, para reparar un carro, un trabajo de mecánico, eso es capacidad para hacer bien y sentirme bien. Pero también es la capacidad para crear algo, para inventar algo. Porque tengo gente que puede hacer bellos cuadros, fabulosas obras de teatro o bella poesía y es reconocida por mí y afuera como obra artística valiosa, ahí, en ambos casos, estoy cultivando lo que yo llamo la legítima, sólida y profunda autoes-

tima de una nación. Crear esa autoestima puede ser la gran contribución de la educación y el arte.”

#### **AULETTA. EL MERCADERO ES LA ORIENTACIÓN HACIA EL PÚBLICO**

Una de las intervenciones más esperadas fue la de Nunzia Auletta, directora de Mercadeo del IESA, quien en su presentación dejó en claro el quinto punto del debate: en un mundo globalizado, cuya lógica hegemónica de apropiación de los objetos es el consumo, el mercadeo (es especial el mercadeo de servicios) no es más que una manera técnica de orientar la gestión de la promoción cultural hacia el interés del público, haciendo coincidir las misiones institucionales de la cultura.

Para ello, Auletta presentó un resumen de lo que fue el taller de mercadeo para instituciones sin fines de lucro que la Fundación Polar, en el marco del programa Ciudad, Públicos y Consumo Cultural, dictara en febrero de este año. Conceptos como Plan Estratégico de Mercadeo, análisis de entorno, análisis de competencia, matriz DOFA, segmentación y target, posicionamiento y proposición de valor, mezcla de mercadeo, cambio de orientación de la institución (de la organización centrada en la organización a la organización orientada al mercado), entre otros, para muchos resultaron incomprensibles sustitutos de la terca insistencia de las instituciones, en el concepto de forma-

ción, para otros, un complemento de esta misión, en función de objetos más precisos, medibles, proyectables y evaluables. El Plan Estratégico de Mercadeo de una institución, es una planificación estratégica que le permite formular proyectos de productos y servicios con criterios técnicos capaces de brindar confiabilidad a la inversión -tanto pública como privada- en cultura, factor que en el marco de la recesión presente, es claramente vital.

Muchos otros aspectos se quedan fuera de estas líneas. Algunos redundan o amplían los puntos señalados del debate que no lo agotan. Otros, dan relevancia a perfiles muy específicos. Todos giran en la necesidad de darle un vuelco a lo que se ha hecho, sin pasarlo por el amplio raso de «estos cuarenta años de puntifijismo». De la presentación del Viceministro de Cultura prefiero no hablar, pues fue presentada con tanto celo y misterio, que es posible que los criterios técnicos que esbozó sean sustituidos por otros más «políticos», por lo que es preferible esperar la presentación oficial.

Cultura y Recuperación Nacional fue un evento auspicioso, lleno de buenas intenciones (sí, de esas de las que está empedrado el camino que conduce a los infiernos), que deja en claro la necesidad de que el sector desarrolle criterios cada vez más técnicos, para poder, con ellos, preservar la libertad de creación, el derecho que como pueblo tenemos a fomentarla y a crecer con ella ■