

# GESTIÓN CULTURAL, CIUDADANÍA E INCLUSIÓN SOCIAL

CULTURAL MANAGEMENT, CITIZENSHIP AND SOCIAL INCLUSION

**Carlos Yáñez Canal**

*Sociólogo. Docente da  
Universidade Nacional  
de Colombia. E-mail:  
cyanezc@unal.edu.co*

## RESUMEN

En la globalización se dan varios procesos aparentemente paradójicos e intrínsecamente relacionados, tales como la tendencia hacia la homogeneización, no sólo económica sino también cultural, así como la de la heterogeneización, usualmente como una forma de resistencia. Debido a nuevas formas de control económico y político, orientadas por las transnacionales, las lógicas de mercado llegan a permear todo aspecto de la vida humana, cuantificándolo todo, incluso en contextos relacionados con la cultura y al arte (la industrialización de las culturas). En estas condiciones, el gestor cultural en América Latina debe entonces buscar nuevas formas de re-significación y organización que desafían estas mismas lógicas de mercado, en aras de la construcción de ciudadanía e inclusión social.

**Palabras clave:** Globalización. Industrias Culturales. Gestión Cultural. Ciudadanía.

## ABSTRACT

*In globalization several apparently paradoxical and intrinsically related processes happen, such as, the tendency towards homogenization, not only economical but also cultural, as well as heterogenization, usually as a form of resistance. Due to new forms of economic and political control, guided by transnationals, the logic of the market permeates all aspects of human life, quantifying everything, even in contexts related to culture and art (the industrialization of cultures). In these conditions, the cultural manager in Latin America must then search for new ways of re-signification and organization that defy this same logic of the market, for the sake of constructing citizenship and social inclusion.*

**Keywords:** Globalization. Cultural Industries. Cultural Management. Citizenship.

## La globalización y sus diferenciaciones.

Los procesos contemporáneos le plantean a la gestión cultural latinoamericana profundos retos en diferentes aspectos generados por la conectividad compleja que impone la globalización. La relación economía-cultura, política-cultura, sociedad-cultura, naturaleza-cultura, se establece en una tensión que debe resolverse en lo local a partir de una globalidad que se encuentra ligada a una nueva economía, reestructuración de los Estados Nacionales y diversificación de las identidades culturales.

En dicho proceso lo primero que sobresale es lo relacionado con la tendencia hacia la homogenización de la cultura. La homogenización se establece a partir de un modelo hegemónico que se enmarca en una profunda inequidad, la cual está determinada por una distribución desigual en la infraestructura tecnológica, la información y el conocimiento. En una unidimensionalidad económica, la globalización a través de sus políticas neoliberales en la institucionalización del mercado mundial, agenciadas por las transnacionales, difunden una cultura en que predomina lo material y lo cuantitativo.

En dicho sentido, se generan nuevas formas de exclusión trayendo como consecuencia una mayor polarización entre diversos sectores sociales a nivel mundial: “La globalización divide en la misma medida que une: las causas de la división son las mismas que promueven la uniformidad del globo. Juntamente con las dimensiones planetarias emergentes en los negocios, las finanzas, el comercio y el flujo de información, se pone en marcha un proceso “localizador”, de fijación de espacio. Estos dos procesos estrechamente interconectados introducen una tajante línea divisoria entre las condiciones de existencia de poblaciones enteras, por un lado, y los diversos segmentos de cada una de ellas, por otro. Lo que para algunos aparece como globalización, es localización para otros; lo que para algunos es la señal de una nueva libertad cae sobre muchos más como un hado cruel e inesperado. La movilidad asciende al primer lugar entre los valores codiciados; la libertad de movimientos, una mercancía siempre escasa y distribuida de manera desigual, se convierte rápidamente en el factor de estratificación en nuestra época moderna tardía o posmoderna” (BAUMAN, 1999, p. 8).

Uno de los resultados evidentes de los procesos generados por la globalización es la transformación de los Estados, lo que se traduce como relaciones desiguales y asimétricas en términos políticos. El poder es redefinido en términos de las conquistas de los mercados por parte de las transnacionales. “A partir de este punto surge su comprensión de las dos caras: si los mercados son globales, si estamos viviendo un proceso de descentralización, es necesario encontrar la forma de controlar el poder y dirigir la empresa sin que se pierda su eficacia en el mundo descentralizado. Aquí nosotros podemos dar un paso más adelante y decir, primero, que la existencia de un mundo descentralizado en un mercado global deriva precisamente de la globalidad; es decir, que no es antagónico a ella. Y segundo, que implica nuevas formas de

control que aunque ya no dependen de centros de control, sí de núcleos globales de decisión que no están en un mismo lugar sino en varios lugares. Permanece así la idea de control, de eficacia, pero a través de la interacción de los núcleos de diversos lugares” (ORTIZ, 1998, p. 23-24).

Es el caso presentado por los Estados latinoamericanos a partir de los años 80 y 90 del siglo pasado, los cuales transforman sus legislaciones, incluso constitucionales, para responder a las exigencias planteadas por los procesos globalizantes. Por primera vez en la historia de América Latina, se da un reconocimiento de la diversidad cultural, que contrasta con la implementación de los derechos humanos, los cuales hacen énfasis en los derechos individuales. En estos procesos de privatización y desregulación de los Estados Nacionales, la homogenización y la diversificación, además de no diferenciarse, coexisten en el marco de una racionalidad instrumental que perfila una forma de hacer gestión cultural orientada a la optimización de los recursos. Es indudable que esto corre paralelo a un proceso de heterogeneización que opone las identidades a la globalización. “La cultura de masas penetra en el espacio privado, ocupa una gran parte de él y, como reacción, refuerza la voluntad pacífica y social de defender una identidad cultural, lo que conduce a la recomunitarización. La desocialización de la cultura de masas nos sumerge en la globalización pero también nos impulsa a defender nuestra identidad apoyándonos sobre grupos primarios y reprivatizando una parte y a veces la totalidad de la vida pública” (TOURAINÉ, 1997, p. 11).

La heterogeneización conduce a nuevas formas de resistencia, nuevos movimientos sociales que buscan reinventar a los sujetos en nuevas formas de asumir la política en la constitución de una ciudadanía más incluyente que, además, se replantea los modelos de democracia. Asimismo, los movimientos sociales promueven una política cultural centrada en otras modernidades y modelos civilizatorios que no se enmarcan dentro de lo establecido por la modernidad occidental (ESCOBAR; ÁLVAREZ; DAGNINO, 2001).

Es indudable que los procesos de inclusión nos remiten a la ciudadanía, la cual pasa por nuevas definiciones en términos teóricos y prácticos. Aunque “es uno de los conceptos más polémicos y polisémicos en el lenguaje político contemporáneo” (VIGNOLO, 2009, p. 39), vemos que en el marco de la globalización y los procesos de exclusión social “han surgido nuevas estrategias, discursos y prácticas, también globales, alrededor de la protección del entorno, la promoción de los derechos humanos, el fomento de la representatividad y el respeto por las especificidades de minorías étnicas, raciales y sexuales. Estas luchas sociales rompen con patrones tradicionales de entender la política y han contribuido de manera significativa a la constitución de una ciudadanía más incluyente” (ídem, 40)

Estas condiciones le plantean a la gestión cultural una posibilidad en términos de ponerse en relación con los procesos interculturales que surgen, sobre todo en la construcción de nuevas formas de relacionarnos con los otros, los cuales han sido excluidos a través de la

historia por la hegemonía de una elite blanca que construyó las naciones latinoamericanas con base en estereotipos y prejuicios profundamente discriminatorios y racistas. He aquí la condición que debe asumir el gestor cultural como sujeto político en la necesidad de construir nación en una forma más incluyente y participativa.

### **La industrialización de las culturas.**

En los procesos de globalización, las industrias culturales invaden todos los espacios sociales de la cotidianidad, lo que genera nuevas formas de estar juntos y de aprendizaje. Esto también se convierte en un factor importante en la determinación de una lógica administrativa que se extiende a espacios que conservaban una cierta autonomía en las relaciones de mercado, tales como los teatros, las galerías de arte, los museos, en fin, los lugares de expresión artística. En aras del lucro, la gestión cultural, que comienza a perfilarse en el mundo del arte, establece una íntima conexión con el mundo del mercadeo materializando la creatividad, en la medida que se pierde el aura de la distinción simbólica que caracterizaba la estética. En tal sentido, se asiste a un giro transdisciplinario, intermedial y globalizado, redefiniendo lo que hasta ahora se conocía como arte. Este desenmarcamiento del arte es evidenciado en la gestión que se hace de los museos: “curan exposiciones o actúan como artistas, toman cursos de antropología, comunicación y economía para desarrollar estrategias de marketing cultural. Asimismo, leen libros y revistas en papel y electrónicos, siguen blogs y cultivan redes sociales que trascienden el mundo del arte” (GARCÍA CANCLINI, 2010, p. 42).

En los procesos mencionados, la mercantilización de la cultura, que es al tiempo culturización de la mercancía, permea todas las formas de existencia social a través de la difusión continua de imágenes, música, películas, etc., es decir, en un mundo que se hace espectáculo. El mundo material adquiere un sentido y el mercado integra cada vez más dimensiones estéticas y creativas. Es una especie de rey Midas, cuyo toque cambia la cultura y la pone al nivel de un recurso que, paradójicamente, en la medida que transforma todo impide su propia transformación. En la cultura y sus resultados, “tiene prioridad la gestión, la conservación, el acceso, la distribución y la inversión” (YÚDICE, 2002, p. 13). Así, la articulación de la cultura con el mercado, la producción y la industria se hace inevitable. Como su resultado, surgen políticas culturales que asumen la cultura como un bien y un servicio, generando muchas inquietudes sobre la democratización de los procesos culturales, ya que las industrias culturales se orientan fundamentalmente a la producción de objetos reduciendo el marco en el cual son producidos. Es evidente que ante el embate de la industrialización cultural, los Estados no se caracterizan por la regulación, ya que, como vimos anteriormente, se orientan a la determinación del mercado, lo que a su vez establece una relación estrecha entre ciudadanía y consumidor.

Dentro de los procesos de globalización, la cultura se erige como un factor fundamental de desarrollo. Las políticas que derivan se enfocan en la idea de abarcar la moda, el patrimonio,

el turismo, la gastronomía, etc., manteniéndose la idea de recurso en una visión en que predomina la eficacia, la eficiencia y la rentabilidad. Es una racionalización que se da como resultado de la necesidad institucional de las administraciones para gestionar el sector y por los requerimientos del mercado (BAYARDO, 2008).

### **La gestión cultural entre paradojas.**

Los procesos contemporáneos están enmarcados en múltiples paradojas que le plantean a la gestión cultural posibilidades en las posibilidades de un mundo de relaciones e interconexiones. Hay una interacción continua que involucra nuevas formas de abordaje de lo real en lo real mismo. La globalización abre en la medida que cierra, amplía al tiempo que disminuye, incluye a partir de excluir, iguala en la diferencia, determina en lo indeterminado, homogeniza con la consecuente heterogeneización. Todo lleva a que es imposible separar lo uno de lo otro generando nuevas formas de pensamiento que vayan más allá de los esencialismos y reduccionismos. De ahí la importancia de aprender a conjugar en América Latina una gestión cultural que se asuma en términos complejos y no se reduzca a una visión lineal, causal y determinista. Indudablemente, es asumir una posición crítica respecto a lo que rodea la cultura y sus determinaciones, marcadas por el provecho económico. El reto de la gestión cultural es poder plantearse ante un contexto que pide a gritos no sólo la interpretación, sino la posibilidad de colocarnos ante sus exigencias. Lo primero que salta a la vista son las particularidades que surgen de un proceso que busca universalizar una sola mirada centrada en los mercados.

En las interconexiones que se van configurando en los procesos de globalización, se pone en evidencia la importancia de la cultura en la remodelación, circulación y consumo de los procesos de mercado orientados por el poder de las transnacionales. Es un marco que determina una gestión cultural que se orienta fundamentalmente a la gerencia de la cultura, estableciendo una relación estrecha entre la economía y la cultura. Así, los indicadores de productividad, de eficiencia y eficacia, se ponen en la orden del día en la tendencia por la institucionalización y mercantilización de la cultura. En la medida que se convierte en valor económico, la cultura y las artes estetizan el ciclo económico asumiéndose como un factor importante en el proceso de creación de valor económico. La gestión cultural que se perfila en el determinismo económico se orienta a la mediación entre la cultura y el mercado, en aras de su rentabilidad. Al relacionar a los productores con los consumidores la cadena de valor se amplía otorgándole un mayor nivel de capital simbólico. “En términos sustancialistas, la cultura sería la materia prima en la que los individuos y las sociedades producen sentido y no sólo se orienta al estímulo del consumo, sino que representa un recurso para profundizar y cargar de valor todas las experiencias, incluido el consumo. Asistimos al fin de la autonomía de la cultura y su vinculación a los procesos productivos y de consumo, en la medida que los productos se “culturalizan”. Es la cara que la globalización muestra, como modelo de difusión

globalizada, de estándar de comportamiento, de modelos culturales y de identidad. El papel del capital simbólico al interior de los procesos de consumo hace ver que el valor económico no puede originarse en las transformaciones físicas de los recursos sino de la activación de procesos mentales cada vez más complejos y relacionados con el consumo” (YÁÑEZ, 2013, p. 104).

La cultura, además de vincularse con el proceso económico, se asume en los movimientos sociales como un factor político que propende por transformaciones de la democracia y la inclusión social. Entre sus exigencias plantean una mayor participación en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales provenientes del Estado, el mercado y la sociedad civil. Como su consecuencia, se ve la necesidad de insertarse en procesos que involucren la solidaridad y la cooperación con aquellos que han sido excluidos por los procesos individualistas y de privatización que orientan la unidimensionalidad económica y sus políticas neoliberales. Esto implica el mejoramiento de la calidad de vida de la población, que no descarta acciones que involucren la institucionalidad pública y privada en la responsabilidad histórica que exige un compromiso con sus semejantes. Así, la cuestión resulta ser ética y política en la medida que el actuar es entendido como el darse de un campo experiencial, como una experiencia procesual que, como tal, involucra a los sujetos comprometiéndoles en una acción de transformación de sí que es también cuidado de los otros y del mundo. Para comprender lo ético en la gestión cultural, no es suficiente con la teoría, hay que considerar a la ética como una tríada que implica conocimiento, pasión y responsabilidad; si alguno de los ángulos de la tríada se sobrepone a los otros o está ausente, no estamos hablando de lo mismo; la ética implica conocer y reconocer al otro como legítimo otro, como distinto.

El desafío es construir ese espacio que permita la articulación de proyectos con sentido común y horizonte de futuro compartido. Es esta expectativa lo que genera un vacío, un espacio a construir que convoque a sujetos deseosos y deseables de hacer, de saber acerca de sí y del mundo en ese espacio. En este caso es necesario proponer un ejercicio metodológico que promueva un proceso de objetivación que haga posible una construcción colectiva, que nos encuentre en un imaginario de sentidos, de relaciones prácticas y simbólicas.

En tal sentido, la gestión cultural ha de comprenderse como re-significación de la cultura propia y la de otros y la participación directa en el tejido o en el destejido crítico de significaciones sociales. En esa medida requiere de una gran capacidad de descentramiento o de traslación social. La formación de un gestor implica en este sentido la enseñanza y el aprendizaje de un repertorio de disposiciones para la flexibilidad, interculturalidad y, aún más, de la transculturalidad y sus sincretismos. Es necesario que el gestor comprenda y dialogue en términos de las diferencias que existen en una comunidad más allá de sus aspectos comunes, lo que demanda una disposición a un nomadismo rizomático (RESTREPO, 2002). Es posible

replantear los consumos culturales en la idea de estructuración identitaria, en las expresiones locales, minoritarias, como formas de resistencia de la lógica estrictamente mercantil.

De acuerdo con lo anterior, el gestor cultural latinoamericano debe apropiarse críticamente de las significaciones transmitidas por las industrias culturales y asumirse en un proceso de reconocimiento en la necesidad radical de reconstruir sentidos desde la transformación de los espacios cotidianos. Es fundante reactualizar desde lo simbólico procesos de reconstrucción, siendo un fundamento para los trabajadores de la cultura. Hablar de sentido es referirse a la afectación, lo cual permite privilegiar miradas de la realidad que no se reducen a lo metodológico en sentido instrumental, sino a formas de operar que involucran dinámicas de relación y vínculos con otros que van más allá de la técnica administrativa de un ejercicio de planificación.

La propuesta nos remite a la existencia, a partir de la experiencia de estar con el otro en coordinación de coordinaciones significantes, por lo tanto, desde las emocionalidades, las afectividades y las pasiones, como motor de la subjetividad. En tal sentido, gestionar es establecer relaciones; el gestor debe contribuir a que se piense la vida permanentemente, generando efectos en la integralidad de los sujetos.

De otra parte, vemos en América Latina, y como resultado de los procesos de globalización, procesos culturales que se definen desde el patrimonialismo estatal y que generan una gestión cultural que se enmarca en administrar recursos, medios y personas. En la mediación entre el Estado, el productor cultural, el público y el empresariado cultural, todo el proceso de participación cultural, en la construcción de una ciudadanía más incluyente, es dejado de lado en aras del consumo pasivo de productos culturales. Ante esto, se hace necesario que el gestor cultural en su acción se oriente a la construcción de lo público, la democratización del Estado, a partir de la activación de procesos locales en acciones colectivas que contribuyan a la definición de políticas culturales.

## Bibliografía

- BAUMAN, Zygmunt. **La globalización: consecuencias humanas**. [Brasil] :Fondo de Cultura Económica, 1999.
- BAYARDO, Rubens ¿Hacia dónde van las políticas públicas culturales?. In: SIMPOSIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURALES EN IBEROAMÉRICA, 1, 2008, Córdoba.**Anais...**Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Económicas, 2008.
- ESCOBAR, Arturo; ÁLVAREZ, Sonia E.; DAGNINO, Evelina (ed.). **Política cultural y cultura política**. [Colombia]: Taurus: ICAANH, 2001.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. **La sociedad sin relato: antropología y estética de la inminencia**. Madrid: Katz, 2010.
- ORTIZ, Renato. **Los artífices de una cultura mundializada**. Bogotá: Siglo del hombre, 1998.
- RESTREPO, Gabriel. **Misión de la universidad en la formación de un creador o gestor cultural tramático**: ideas para la discusión. Bogotá: [s.n.], 2002.
- TOURAINÉ, Alain. **¿Podremos vivir juntos?**[Buenos Aires]: Fondo de Cultura Económica, 1997.
- VIGNOLO, Paolo. **Ciudadanías en escena**. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2008.
- YÁÑEZ CANAL, Carlos. **La identidad del gestor cultural en América Latina**: un camino en construcción. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2013.