

2° Encuentro Nacional de Gestión Cultural

*Diversidad, tradición e innovación
en la gestión cultural*

Tlaquepaque, Jalisco. Octubre 14 al 17, 2015

Comunicación y gestión cultural: horizontes y perspectivas para pensar las prácticas culturales emergentes en el contexto de la sociedad- red.

Janny Amaya

Rodrigo González

Docentes e Investigadores Tiempo Completo

Instituto de Gestión del Conocimiento y el Aprendizaje en Ambientes Virtuales,
Universidad de Guadalajara



Resumen

Son múltiples y muy diversas las aristas de confluencia y los puntos de encuentro entre la comunicación y la gestión cultural. A nuestro juicio, un área particularmente fértil para pensar e investigar estas múltiples confluencias se articula en torno a las prácticas culturales emergentes, asociadas al uso extensivo y creciente de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en el contexto de la sociedad red.

En esta ponencia nos proponemos identificar y describir algunas de esas prácticas, y proponer alternativas para su interpretación e investigación a partir de diversos enfoques teóricos, que permiten establecer puentes entre las disciplinas de la comunicación y la gestión cultural. Particularmente, nos centraremos en tres ejes: 1) nuevas economías creativas; 2) transformaciones en las prácticas de lectoescritura; y 3) narrativas transmedia, fanfiction y nuevos modos de producción y circulación de la cultura popular.

Desarrollo

Gestionar la cultura, por supuesto, no es algo nuevo; en tanto que uno de los factores centrales de la cohesión social es la identidad colectiva y esta se objetiva en las manifestaciones culturales (¿qué otra cosa es la cultura sino aquello que nos vincula simbólicamente con el otro?). Toda sociedad histórica, sus líderes políticos y almas morales, han estado pendientes de fortalecer esos vínculos, a veces generando sinécdoques de aquellas (ensalzando la parte por el todo) o viceversa y no siempre de la manera más incluyente, pero definitivamente sí intentando que el lazo se extienda, propague y continúe en el tiempo y el espacio (que es la función de los mitos fundacionales y las identidades nacionales, básicamente).

Con todo, la gestión cultural, como campo prácticamente profesionalizado y epistemológicamente formulado, sí es una manifestación reciente que parte de una necesidad práctica en el escenario del ordenamiento de los saberes y la administración de los conocimientos sociales, respondiendo a la necesidad de generar agentes conscientes y operantes en la tarea de organizar y comprender los mecanismos de acción de esos “lazos simbólicos que vinculan simbólicamente a los unos con los otros”.

Desde ahí, el campo de la gestión cultural se ha centrado en una agenda histórica que le ha orientado a atender situaciones objetuales y pragmáticas que

han constituido su *ethos* como disciplina basada en criterio de institucionalización, situación esta que, por otro lado y a fuerza de la delimitación epistemológica que implica todo proceso de construcción de un objeto y generación de prácticas de acercamiento a ese objeto (y de la consiguiente lectura institucionalizante de ella), la ha propuesto en la oferta de saberes como un compartimento estanco y artificialmente separado, a condición de mantener su autonomía disciplinar, de otras prácticas de producción de conocimiento y de otros cuerpos de saberes y actores.

Esta situación, tal como nos muestran teóricos sociales hoy punteros tales como Saskia Sassen, pero, sobre todo, Wallerstein (2000) y Therborn (2000), es común a todas las ciencias y disciplinas sociales actuales por efecto de la diversificación centrífuga y especialización de los sistemas de saberes, pero, aunque se pueda considerar como un efecto natural en el desarrollo del moderno *sistema mundo*, no puede traducirse como un hecho libre de efectos colaterales o como algo siempre deseable pues, según estos autores, aunque estas separaciones mantienen la autonomía de estos sistemas de saberes, lo hacen a costa de la permeabilidad y tránsito de conocimientos entre ellos (pues aunque las fronteras son siempre porosas, son también mecanismos, a fin de cuentas, de separación artificial entre ellas).

De esta suerte, el campo de la gestión cultural se ha separado artificialmente, o al menos ha encontrado pocos puntos de contacto con disciplinas o subdisciplinas de otras disciplinas tales como la economía política de la comunicación, la educomunicación, la ecología mediática o los *cultural studies* (así en inglés, para no confundirlos con los estudios antropológicos o de otras tradiciones de estudio de la cultura de la cultura), subdisciplinas todas ellas que tienen como centro gravitacional de su actuar epistemológico y profesionalizante la producción, circulación, consumo y transformación de entidades que, basadas en los procesos sociales de construcción de sentido, ejercen como puentes que vinculan simbólicamente a unos y a otros: tal es el caso de las industrias culturales, las prácticas mediáticas y la acción social basada en la tecnología

telemática y en red; desde ahí, los procesos comunicativos y los productos y prácticas que les sustentan y/o sirven como vehículos pueden, deben, ser vistos como entidades capaces de ser estudiadas y gestionadas en tanto entidades culturales.

Matrimoniar los campos: el gran reto

Un efecto práctico de la institucionalización de la práctica en el campo de la gestión cultural más tradicional y burocratizada ha estado en el énfasis histórico puesto en gestionar (administrar, observar, estudiar) las manifestaciones de la cultura oficial y, en el otro extremo, luego de un hiato de gran tamaño, las de la cultura popular como cuerpos legítimos y deseables de atención profesional y epistemológica.

Esta atención, orientada por una cuestión práctica (la institucionalización responde a agendas de intereses también históricos tales como las visiones oficiales de lo que debe constituir el catálogo cultural, el repertorio de sus prácticas y los modos de gestionar estos catálogos, siempre influidos por climas de percepción y modelos ideológicos y administrativos circulantes y vigentes en ese momento histórico) tuvo como consecuencia soslayar a aquellas manifestaciones y prácticas que, en la terminología de los estudios culturales, componen la cultura mediática, aquella cultura popular, masiva y permeante que se esconde en los consumos diarios y las formas de apropiación en los cuales se teje y se mantiene viva la conformación de las identidades, la continuidad del *self* individual y colectivo y, en resumen, todo aquello que no puede ser mostrado como la concreción de ese proceso tal como lo sería, por ejemplo, la cultura de bronce o la cultura popular de museo y otras manifestaciones que, por ser concreciones, hechos absolutos y acabados e independizados del gerundio, están libres de su una interpretación híbrida o hibridante (García Canclini, 1999, p. 52).

Por otro lado, una parte muy importante de las subdisciplinas de la comunicación (tales como las que se han mencionado antes), al menos hasta hace relativamente poco tiempo, han soslayado la importancia de observar la interacción que en la producción social de sentido juegan la cultura material (Leal, 1990; Silverstone, 1994) o el devenir de la cultura material y otras formas de cultura muy apreciadas por la gestión cultural en términos de que los medios y sus tecnologías son bienes culturales, como bien afirmaba Silverstone (1994, p. 144) doblemente articulados: son bienes que, al tiempo que son ellos mismos una forma de cultura material, pueden hacer ingresar al *continuum* de sentido otras formas y manifestaciones de cultura (oficial, popular, etcétera) a los universos simbólicos de sus usuarios – audiencias, lo cual implica una grave omisión, del otro lado del espectro de lo que tradicionalmente venía haciendo el campo de la gestión cultural.

La primera condición para “matrimoniar” los campos sería entonces admitir que la omisión ha operado en doble sentido: desde el campo de la gestión cultural, una cierta falta de atención a la cultura mediática (sin la cual difícilmente puede ser pensada y/o gestionada la cultura en las sociedades contemporáneas); y desde el campo de la comunicación, una cierta despreocupación por la atención a los medios y tecnologías en su condición de bienes culturales. El reto, sin embargo, consiste en establecer las condiciones para el encuentro entre ambos campos disciplinares, en reconocer los “lugares” y objetos de interés común que permitan romper con las fronteras disciplinares para pensar más allá de ellas.

Un aspecto que comparten comunicadores y gestores culturales es precisamente su condición de “mediadores” en los procesos sociales de construcción de sentido. Aunque con énfasis distintos, encargos sociales y campos de actuación profesional diferenciados, el interés común por las prácticas y procesos simbólicos que constituyen el entramado simbólico de la sociedad delimita un terreno amplio para el avance en reflexiones y análisis sobre objetos compartidos.

Lo que se defiende entonces no es la dilución de figuras o campos profesionales delimitados, sino la confluencia de un ámbito de saberes que permitan avanzar, desde las disciplinas, hacia la constitución de un “dominio híbrido” (Dogan y Pahre, 1993), a partir de re combinaciones constructivas, el intercambio de conceptos, teorías, métodos y perspectivas de análisis que permitan dar cuenta de ese objeto intersticial que es la cultura.

De ciberculturas y prácticas emergentes

La preocupación por hacer sentido en torno a las transformaciones asociadas al uso extensivo de las tecnologías de la información y la comunicación configura un área potente para la confluencia de ambos campos disciplinares. Las denominadas ciberculturas o culturas digitales contemporáneas, y las prácticas culturales emergentes que las configuran, no sólo han removido algunas de las certezas fundantes de ambos campos disciplinares, sino que en su complejidad, riqueza e implicaciones, convocan a análisis complejos, capaces de transgredir las fronteras disciplinares.

Las transformaciones evidenciadas en los nuevos medios y usos de la comunicación han introducido “alteraciones que no pueden ser abordadas con el andamiaje conceptual vigente”, puesto que estos “resultan hoy insuficientes para dar cuenta de los cambios” precisamente porque “corresponden a una racionalidad epistemológica que encuentra agotadas sus respuestas para enfrentar las realidades de la comunicación contemporánea” (Pineda, 2000).

Cibercultura, en términos de Pierre Lévy (2007), refiere a ese “conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” (p. 1). De este modo, abarca tanto la infraestructura, las técnicas y los entornos materiales que la hacen posible, como “agentes y prácticas culturales, interacciones y comunicaciones, colectivos, instituciones y sistemas organizativos. Una multiplicidad de contenidos y representaciones

simbólicas junto con los correspondientes significados, interpretaciones, legitimaciones, valores, etc” (Medina, en Introducción a Pierre Lévy, 2007).

Para Manuel Castells, una de las transformaciones más relevante a nivel cultural está dada en “la articulación (convergencia) de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra y recombina la diversidad de formas de interacción cultural y comunicación precedentes” (2009, p. 88), lo que, a juicio de este autor, constituye una mutación históricamente relevante, con grandes consecuencias para la organización social y el cambio cultural.

Otros, como Gardner y Davis, llaman la atención hacia la forma en la que las tecnologías digitales han trastornado “el paisaje de la expresión imaginativa”, alterando las distintas facetas del proceso creativo, y redefiniendo lo “que puede ser un creador, lo que puede ser creado, y cómo las creaciones llegan a existir y encontrar una audiencia” (Gardner y Davis, 2013).

Jenkins (2008), propone la categoría de cultura de la convergencia para denominar ese cambio en las lógicas y en las dinámicas de operación cultural. Se trata, según este autor, de un proceso en marcha, que “no tiene lugar en los aparatos, por sofisticados que estos puedan llegar a ser”, sino de una transformación que se produce en el orden de los protocolos culturales, al nivel del “cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros”.

Algunas de las dimensiones centrales de ese cambio pueden reconocerse, por ejemplo, en el trastocamiento del “lugar” tradicionalmente asignado a los receptores (audiencias, públicos) en las dinámicas de producción cultural y comunicativa. La digitalización, y la web 2.0 han tributado en la autonomización de las audiencias o los públicos de la cultura. Frente a la imagen del público en cuanto receptor (nunca pasivo, pero sí, pasivizado en cuanto a sus posibilidades reales de acceder a las instancias de producción y distribución de contenidos, productos o sentidos), se impone ahora la figura compleja del sujeto- agente,

productor y prescriptor, involucrado y participante en las dinámicas de creación cultural y comunicativa.

“Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo” (Jenkins, 2008). Bajo distintas denominaciones (prosumidores, audiencias creativas), se busca dar cuenta, en síntesis, de la emergencia de “nuevas formas de producción interactiva de significados” (Castells, 2009), que desafía (o al menos, pone en jaque) el monopolio de agentes especializados en la producción y la distribución cultural.

La cultura de la convergencia es la cultura de la participación y de la colaboración: la articulación de comunidades en red amenaza con hacer estallar el “paradigma del experto” (Walsh en Jenkins, 2008), es decir, el monopolio especializado del conocimiento. En contraposición, toma lugar la inteligencia colectiva, ese tipo particular de conocimiento que emerge de la interacción coordinada de miembros de comunidades en pro de metas y objetivos comunes. Se trata de “una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias” (Lévy, 2004).

La cultura de la convergencia es también la cultura del remix, que es, en sí misma, una experiencia cultural basada en la participación. La adopción, manipulación y recombinación creativa de productos y artefactos culturales es una de las lógicas y experiencias culturales que, si bien no son nuevas, sí resultan típicamente distintivas de las culturas digitales contemporáneas (Knobel y Lankshear, 2011). La remezcla, como uno de los signos característicos de la producción cultural contemporánea invita a repensar criterios como la autoría, la originalidad, e incluso, la propia noción de creación u obra.

Es muy amplio el espectro de prácticas en torno a las cuales se configuran estas prácticas colaborativas, participativas y de remezcla. Las denominadas narrativas transmedia (Jenkins, 2008; Scolari, 2013), por ejemplo constituyen, al mismo

tiempo, un nodo de entrecruzamiento entre las demandas de las audiencias (cada vez más individualizadas en sus preferencias y más socializadas y participativas en sus modos de consumo), las prácticas colaborativas y creativas de los fans y los imperativos de las industrias culturales. ¿Cómo, y desde dónde, abordar los desafíos de la transmedialidad en las prácticas de gestión (mediación social) de la cultura?

La dimensión social y participativa de estas culturas digitales emergentes se observa también en fenómenos como la lectura colaborativa, que trastornan nuestras nociones tradicionales del acto- hasta hace poco casi siempre individual y privado de leer-; e incluso, en nuestras tradicionales nociones de lectura y escritura. Como bien afirma Cassany (2012), es necesario reconsiderar el lugar que ocupa hoy el vernáculo digital en las culturas contemporáneas, pues sólo desde ahí es posible considerar y replantear el peso que la escritura, la oralidad secundaria y la escritura (en sus sentidos más amplios) ocupan en las culturas digitales contemporáneas. Lo vernáculo- afirma este autor- precisamente porque “muestra lo que la gente quiere hacer y hace por su cuenta” (Cassany, 2012). ¿Hasta qué punto hemos estado (gestores, comunicadores, e incluso, educadores) sordos y ciegos, defensores a ultranza de una cultura “letrada”, y a espaldas de la letra viva que da forma y sentido a nuestras prácticas culturales cotidianas?

Desde aquí, esta cultura de la convergencia y la participación, inevitable ya y en constante expansión hacia todos los escenarios de la producción cultural, implica un cambio radical en la economía de la cultura en tanto que al interior de la ecuación existen transformaciones estructurales en las relaciones de producción, circulación y consumo que cambian los esquemas de su rentabilización, y esto sucede pues el papel de productor o consumidor cultural, hoy, ya no es exclusivo de una parte de esa ecuación (quién poseía los medios escasos de producción) sino una propiedad común a la red de agentes, quienes, en posesión de tecnología cada vez más barata y ubicua, son capaces de posicionarse, a veces de manera simultánea, a ambos lados de esa ecuación, desarrollando un

amplísimo abanico de prácticas en ambos polos. Este cambio, como puede ya intuirse, viene cargado con un pregunta central: ¿cómo se gestiona este nuevo modelo múltiple y quiénes deben ser los agentes gestivos frente a este cambio?

Sin contestar a ello, ya que el debate está penas en ciernes, y a forma de conclusión, baste decir que estas y otras pregunta en el mismo tono (por ejemplo ¿conforman estos individuos nuevas formas de la industria cultura o se debe, más bien de pensar en una nueva taxonomía en la economía de la cultura?) vuelven a poner en la agenda, como ya se argumentaba al principio de este texto, el problema de las miradas transdisciplinares dos campos tan diversos pero múltiplemente franqueados como la comunicación y la gestión cultural.

Bibliografía

Cassany, D. (2012). *En_ línea. Leer y escribir en la red*. Barcelona: Anagrama.

Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Dogan, M. y Pahre R. (1993). *Las nuevas ciencias sociales. La marginalidad creadora*. Barcelona: Grijalbo.

García-Canclini, N. (1999). Antropología y estudios culturales: una agenda de fin de siglo. En J.M. Valenzuela Arce (Coord.), *Los estudios culturales en México* (34 – 53). México: Fondo de Cultura Económica.

Gardner, H. y Davis, K. (2013). *The App Generation. How today's youth navigate identity, intimacy and imagination in a digital world*. New Heaven: Yale University Press.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Knobel, M y Lankshear, C. (2011). *Los nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y aprendizaje en el aula*. Madrid: Gobierno de España y Morata Editorial.

Leal, O. F. (1990). Popular taste and erudite repertoire: the place and space of television in Brazil, *Cultural Studies* (4) 19 – 29.

Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de: <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>

_____. (2007). *Cibercultura: la cultura de la sociedad digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa.

Pineda, M. (2000). *Los procesos de la comunicación a la luz de los medios interactivos: revisiones conceptuales y de tipologías*. V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación y VI Encuentro Iberoamericano de Ciencias de la Comunicación. Universidad Diego Portales, Santiago de Chile.

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Planeta.

Silverstone, R. (1994). *Television and everyday life*. Londres: Routledge.

Therborn, G. (2000) . At the birth of second century sociology: times of reflexivity, spaces of identity and nodes of knowledge, *British Journal of Sociology* 51 (1) 37 – 57.

Wallerstein, I. (2000). From sociology to historical social science: prospects and obstacles, *British Journal of Sociology*, 51 (1) 25–35.