



2^o CONGRESO LATINOAMERICANO DE GESTIÓN CULTURAL

Pensamiento y acción cultural para la paz
y la participación ciudadana

18, 19 Y 20 DE OCTUBRE DE 2017
CALI, COLOMBIA

La gestión cultural como parte fundamental del fortalecimiento y el tejido de procesos del sector cultural.

Colombia

Ponencia presentada en el 2do. Congreso Latinoamericano de Gestión Cultural | Cali Colombia
16, 19 y 20 de octubre de 2017

Laura Victoria Carmona Mejía
victoriacarmonagcc@gmail.com

La gestión cultural como parte fundamental del fortalecimiento y el tejido de procesos del sector cultural.

Esta ponencia relata la sistematización de la experiencia del Área de Gestión y Comunicación Cultural adscrita al Consultorio Administrativo de la Universidad Nacional de Colombia, que surge en el 2015 en la ciudad de Manizales como parte de la tesis de grado de la profesional Tatiana Grisales Ríos. Este espacio de gestión cultural se consolida como pionero en el fortalecimiento del tejido, la formación, la Investigación y el acompañamiento en el sector cultural gracias a la creación de metodologías y contenidos ajustados a las dinámicas del sector artístico, creativo y cultural.

Es por ello que el Área de Gestión y Comunicación Cultural, es una apuesta por la gestación y de nuevas formas que: acerquen de manera armoniosa el sector cultural con la gestión y la administración, a fin de conseguir el desarrollo de la cultura no sólo como hecho simbólico sino también como estructura funcional, vista no solo como un campo desde donde se puede generar propuesta de valor sostenibles en el tiempo y competitivos en un mercado, sino también, como la posibilidad de generar en Colombia el conocimiento suficiente sobre la importancia de la Gestión Cultural en la búsqueda de la de una sociedad que requiere de propuestas culturales, firmes y fortalecidas que estén coherencia con los procesos de transformación y reconstrucción del tejido social.

“Específicamente en el sector cultural, gestionar significa una sensibilidad de comprensión, análisis y respeto de los procesos sociales en los cuales la cultura mantiene sinergias importantes. La diferencia entre la gestión genérica de cualquier sector productivo se encuentra en la necesaria capacidad de entender los procesos creativos y establecer relaciones de

cooperación con el mundo artístico y sus diversidades expresivas. La gestión de la cultura ha de encontrar unos referentes propios de su acción adaptándose a sus particularidades y encontrar una forma de evidenciar, de forma muy diferente, los criterios de eficacia, eficiencia y evaluación (Martinell, 2001, p.12)

Mediante las palabras de Alfons Martinell en su texto “La Gestión Cultural: Singularidad Profesional y Perspectivas de Futuro”, se pone en manifiesto las dinámicas diferenciadoras que tiene el sector cultural; con modelos de gestión y administración distintos a los tradicionales y con fortalezas y debilidades diferentes que deben ser atendidas desde la institucionalidad, mediante mecanismos especiales como el diseño e implementación de Planes, Programas y Proyectos dirigidos al fortalecimiento y expansión del sector cultural.

Este panorama, le plantea al Área de Gestión y Comunicación Cultural la necesidad de proyectarse como una propuesta innovadora y dinámica que asume los retos de un sector que se encuentra en un punto álgido de visibilización y generación garantías para sus iniciativas, esta premisa nos permite adaptar nuestras acciones a las necesidades del contexto y generar coherencia entre nuestras líneas de acción (hilos) y la novedad de un área del conocimiento que en esencia hemos llevado a la praxis.

Nuestro campo de acción prioriza el emprendimiento cultural como una posibilidad de fortalecer el desarrollo local y generar procesos de largo aliento que sirvan de referente para otras propuestas, pero dar inicio a estos procesos de formación implica entender la realidad de los artistas; como bien lo menciona el investigador español Jaron Rowan (2010) en su libro “Emprendizajes en Cultura”:

“Los emprendedores culturales no se identifican ni con el sector de las artes tradicionales ni con el sector empresarial más duro. Estos nuevos emprendedores requieren estructuras formativas que les ayuden en su

carrera: saben que «necesitan asesoramiento empresarial pero quieren recibirlo por parte de compañeros o de gente con la que se puedan identificar, y no por “hombres con traje” que saben poco sobre el funcionamiento de estas nuevas Industrias.» (p.39)

Es indispensable entonces tomar como punto de partida para la propuesta de procesos de formación, la premisa de que la situación de las organizaciones suele ser diferente aunque se desarrollen en un mismo contexto. La incidencia que tiene el entorno próximo, la manera como se relacionan sus particularidades en sus diferentes dimensiones, la acción diferenciada de la dirección, la forma como se aplica el proceso organizativo, la propia historia institucional y sus inquietudes en relación con la mejora y con la evolución de sus procesos, configuran diferencias y dan una personalidad única y particular a cada emprendimiento.

Es así que la creación de nuestras metodologías, debe tener una relación directa con las exigencias de un sector que debe su hacer a sus valores únicos y las dinámicas cambiantes que se refuerzan desde el trabajo colaborativo: como lo afirma Javier Burn en su libro Redes Culturales. Claves para sobrevivir en la globalización (2008)

“Puesto que hablamos de cualidades de los nuevos gestores culturales en este entorno inseguro, cambiante y complejo, característico de la sociedad postindustrial que estamos viviendo, ya no es la masculinidad del “individuo corporativo” el símbolo que mejor representa los valores que van a saber enfrentarse a ello, sino los valores femeninos, como la flexibilidad, la adaptabilidad a la situación cambiante, la mayor capacidad para el diálogo y la cooperación, los que simbolizan las virtudes y las nuevas capacidades que ha de desarrollar el gestor.” (p.75)

El Área de Gestión y Comunicación Cultural crea una experiencia de formación en herramientas organizacionales adaptadas a las particularidades del sector cultural con diferentes públicos llamado “programa Fortalece Cultural”

Una iniciativa concertada en el 2017 por el Ministerio de cultura que se realiza en alianza con la Cámara de Comercio en la ciudad de Manizales y que logra vincular a más de 28 emprendimientos culturales de la ciudad, transfiriendo conocimientos en los módulos de relacionamientos estratégicos, marketing, proyectos y propuesta de valor, este programa tiene como línea transversal el fortalecimiento del trabajo colaborativo y la creación de redes; una de las necesidades más urgentes del sector y de la sociedad Colombiana.

La resonancia de los procesos y metodologías de formación del programa Fortalece Cultura nos lleva a desarrollar un diplomado en emprendimiento cultural con la comunidad Indígena de Puracé- Cauca, una experiencia enriquecedora para las facilitadoras y la comunidad y que potencializa las propuestas de emprendimiento de la región orientándolas siempre a la salvaguardia y difusión de sus saberes; como resultado de este proceso el territorio cuenta con 7 propuesta de emprendimiento en las áreas de gastronomía tradicional, huertas, turismo comunitario y artesanías; además de las herramientas necesarias para proyectar sus sueños y hacerlos parte de la realidad como una propuesta que fortalece el desarrollo local a comunitario del territorio.

La ejecución, aplicación y evaluación de los impactos del programa, ha generado reflexiones más profundas sobre cómo deben encaminarse las acciones del Área de Gestión y Comunicación cultural y de los enfoques que requieren estas para gestar cambios indisolubles en el momento coyuntural que atraviesa el sector cultural en nuestro país. En primer lugar surge el cuestionamiento sobre como asume el estado y la población la economía de la cultura no solo en la ciudad, sino también las comunidades si bien en este sector, quizá más que en cualquier otro se desalloran la creatividad y la innovación, bienes que se desenvuelven en dos ámbitos: un valor económico que inminentemente determina en gran medida los

aportes que generan las instituciones y el estado a este sector, afectando directamente a aquellas pequeñas grandes iniciativas que aún no se conforman como industria y que son para nuestro proceso la piedra angular; y un valor social casi invisibilizado y que genera un impacto más allá de sus beneficios directos, que toca a toda la sociedad en cuanto contribuye al bienestar de las personas, e incluso a construir una imagen positiva de largo aliento

“En el caso de los bienes culturales tenemos dos aspectos de valor económico: el valor económico directo que la gente experimenta al consumir o producir los bienes y servicios que mencionamos, y el valor de bien público que llamamos “valor no usado” y que se refiere a la manera en que los bienes culturales son valorados por la sociedad desde un espectro mucho más amplio” (Pag 58)

Lo anterior supone para el área un reto que debe asumirse desde la deconstrucción de creencias y la redefinición de enfoques, debido a que esta iniciativa de gestión cultura supone un espacio de creación y acción, y que por tanto, es entonces también un espacio donde la equivocación es un método de aprendizaje constante y valioso que permite el replanteamiento y la creación de modelos cada vez más estables y con mayor proyección.

En esta búsqueda, se establecen relaciones, se generan compromisos, se modifican situaciones, acciones, etc. que le agregan al Área las herramientas para consolidar su propuesta de valor como única. Podemos afirmar que están inmersas en una determinada cultura, pero que también creamos dinámicas propias, conformadas por reflexiones, ajustes, valores y acciones que defienden dan autonomía.

Hasta el momento los resultados de esas reflexiones y replanteamientos han ampliado nuestro campo de acción y nos han llevado a reafirmar la urgencia de procesos que generen tejidos colaborativos en el sector y que a su vez adviertan

sobre los grandes riesgos que representa para el sector no generar siquiera procesos de articulación que dinamicen la comunicación, la cooperación y la asociación entre grupos o individuos.

Haciendo caso a este propósito, estamos haciendo apuestas valiosas por la creación de redes a través de espacios de networking y co-working que no solo facilitan la articulación del sector, sino que lo fortalece para proyectarse a otros espacios y otros mercados de más exigencia. Como indica Alfons Martinell,

“Como gestores que intervenimos en procesos de cooperación cultural, debemos orientar nuestra acción en una perspectiva más amplia, con un doble compromiso, el de estar presente en lo global, y, por otro lado, el de aceptar que esta relación e información nuevas nos van a obligar a cambiar nuestra estructura, nuestros valores y nuestra forma de actuar”. (P. 75)

La posibilidad de que los artistas y emprendedores del sector cultural se proyecten, requerirá eventualmente la modificación de sus creaciones, siendo estas orientadas a un mercado, pero, previo reafirmamos la necesidad de un proceso de formación como Fortalece Cultura, que dicho de una manera más alegórica, permite “organizar la casa antes de salir de ella”;

Este trabajo implicará desde la lectura de las dinámicas del contexto realizar acciones simultaneas de formación de públicos que aporten también al fortalecimiento de las propuestas que como se menciona anteriormente deben proyectarse a otros nichos. En este sentido, el Área de gestión cultural propone un espacio de encuentro entre los actores del sector y sus potenciales colaboradores llamado Café Cultural; el objetivo es generar debates organizados en torno a las necesidades, problemas y avances del sector desde la presentación de experiencias de emprendimiento cultural que sirven para el intercambio de conocimientos y la realización de un mapeo para futuras acciones que florezcan el sector o aporten al crecimiento del mismo, entendiendo los sueños como inicio de

un proyecto, la disciplina como única forma de profesionalización, el conocimiento de la gestión como herramienta indispensable y los fracasos como parte del éxito.

A estos propósitos, se suma la creación de redes colaborativas que vinculan actores de otros sectores que indiscutiblemente aportan al crecimiento de las iniciativas que se vinculan a este proceso.

Quiero concluir esta ponencia exponiendo que las experiencias obtenidas durante la trayectoria de Área, han corroborado la pertinencia que tiene para el desarrollo de cualquier proceso en el sector contar con profesionales y especialistas en gestión cultural, esto no es más que hablar de lo evidente, más no de lo visible dado que en la mayoría de los casos los cargos que demandan u ofertan cultura están en manos de profesiones que no comprenden las particularidades ni dinámicas del sector.

Finalmente queremos resaltar que gracias a un equipo de trabajo comprometido y profesional, además del fuerte apoyo de entidades que buscan generar cambios desde la cultural, hemos crecido e implementado acciones contundentes y necesarias para que el sector cultural de nuestra ciudad tenga las herramientas necesarias para su buen desarrollo, pero también, por la relevancia de nuestro proceso en el Área de Gestión y Comunicación Cultural, estamos llegando a otros espacios que creen en la importancia de la gestión cultural.

Referencias bibliográficas:

Martinell Sempere, Alfons (2001). La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro. Catedra UNESCO de políticas culturales y cooperación.

Rowan, Harold (2010). Emprendizajes de la cultura: Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural. Traficantes de sueños. España

Racioppe, Bianca. (2012). Liberar, compartir para derivar, otros modos de organizarse para gestionar lo cultural-artístico. Atribución-Compartir Igual 2.5, Argentina.

Burn, Javier; Benito Tejero, Joaquin; Canut Ledo, Pedro (2008). Redes Culturales: Claves para sobrevivir en la globalización. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. España.

Burn, Javier (2011). Los nuevos modelos de cooperación. Integración, oportunidades, encuentro intercultural. España

Coke, Cruz; Muñoz Berríos, Rodolfo. (2012). Cultura y economía I. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes Chile