

LA POLÍTICA CULTURAL Y LA PROMOCIÓN DE LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS

MSc. Ana Gloria Peñate Villasante¹, Lic. Guillermo Alfredo Jiménez Pérez² y Lic. Samantha Blanco Martínez³

1. Universidad de Matanzas – Sede “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca Km.3, Matanzas, Cuba. ana.penate@umcc.cu
2. Universidad de Matanzas – Sede “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca Km.3, Matanzas, Cuba. guillermo.jimenez@umcc.cu
3. Universidad de Matanzas – Sede “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca Km.3, Matanzas, Cuba. samantha.blanco@umcc.cu

Resumen

La promoción cultural es uno de los pilares fundamentales que sustenta el éxito de la política cultural cubana, al ser portador de valores culturales puesto al servicio del hombre y su cultura, donde se imbrican la ciencia y las artes. Por la importancia del tema este trabajo tiene como objetivo reflexionar acerca de la promoción de las manifestaciones artísticas. Se considera que la promoción cultural es un proceso complejo dado que implica desde la creación en sí misma hasta la circulación de los resultados y la manera en que la población se involucra en todo el ciclo y coadyuva al desarrollo cultural.

Palabras claves: política cultura, promoción cultural, programación cultural, manifestaciones artísticas

Introducción

La cultura es considerada como un fenómeno social que representa el nivel de desarrollo alcanzado por la sociedad en un determinado momento. Para su concreción se vale de la política como mecanismo social de poder que la integra, entre otros elementos, el Estado, las organizaciones políticas y sociales. Esta política tiene diversas formas de expresión en dependencia de la función que desempeñe y de su lugar en las relaciones. En este sentido, la política cultural utiliza los aparatos a su disposición como vehículos de condicionamiento de una determinada actitud ética en la población y de un determinado consumo cultural.

El rol alcanzado por la cultura en la sociedad cubana contemporánea constituye un hecho de particular significado en la defensa y consolidación de sus más genuinos valores. La política cultural se encamina a promover los valores culturales, partiendo del presupuesto según el cual se define que la promoción constituye precisamente la acción fundamental en la aplicación de dicha política.

Un propósito fundamental de la política cultural en Cuba es lograr que el acceso a la vida cultural este caracterizado por el valor de las obras que resulten de la labor creadora en todas las manifestaciones culturales. De lo anterior se deduce la importancia y necesidad del tema. Por ello se hace imprescindible reflexionar acerca de la promoción de las manifestaciones artísticas.

Desarrollo

Desde la segunda mitad del pasado siglo XX y durante el período transcurrido en esta centuria, el debate en torno a temas culturales se ha ido incrementando notablemente, lo que es un importante indicador de cómo se ha ido reconociendo, desde la propia cultura y el arte, la influencia cada vez más creciente de esa esfera en los diferentes procesos sociales.

La cultura, en su acepción más amplia, se percibe como toda huella humana o como el conjunto de valores asimilados en la vida material y espiritual del hombre, las formas de la conciencia social, la educación, las costumbres, los hábitos y los modos de asumir la vida, de ahí que actualmente se puede encontrar una diversidad considerable de definiciones sobre el término.

Los autores de este estudio asumen la definición de cultura aportada por la UNESCO, pues considera que es la más integradora al incluir elementos de otras definiciones. En ella se expresa que la cultura puede considerarse actualmente como:

el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba además las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (UNESCO, 1982, 13)

La forma de intervención en la cultura, por parte del Estado y la sociedad en general, es la política cultural. El antropólogo Néstor García Canclini (1998, s/p), la definió como:

el conjunto de interacciones realizadas por el Estado y las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados, con el fin de ordenar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social definición que se asumió en el trabajo.

Las políticas culturales nacionales en el mundo encontraron su sustento jurídico en el reconocimiento y consagración del derecho a la cultura como un derecho humano fundamental, plasmado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 y en la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre de la misma fecha. En Cuba, este singular hecho adquirió matices relevantes a partir del triunfo de la Revolución Cubana que abrió las puertas de la cultura y el arte a la población y privilegió el papel de los artistas y escritores en ese proceso vigente hasta nuestros días, refrendados en sus proyecciones y principios.

En la actualidad, la política cultural cubana tiene como eje esencial el protagonismo de los creadores en su diseño, ejecución y evaluación y las prioridades fundamentales del trabajo cultural se pueden sintetizar en: creación y promoción artística y literaria, renovar la labor institucional, reforzar la autoridad del MINCULT en cuanto al papel rector que le concede el Estado para la política cultural, el trabajo cultural comunitario, la economía de la cultura y la preservación de la identidad y el patrimonio.

En ese sentido, la creación artística y literaria, continúa desempeñando un papel de extraordinaria relevancia y uno de los pilares fundamentales que sustenta el éxito de esta política cultural en Cuba lo constituye la labor de promoción cultural.

La promoción cultural, en tanto disciplina existente para y desde la acción, no se podrá revelar, sino como actividad, si se asume, que la lógica y razón de su existencia están asignadas por el cambio, por el movimiento, entonces se debe entender como un proceso, siempre inacabado, en el que el diálogo entre el pasado y el presente, entre lo propio y lo ajeno, entre el ser y el deber ser, estará orientado hacia la modelación y construcción de un futuro que ya vive entre nosotros.

Desde estos presupuestos se entiende hoy la promoción cultural, según Yamilé Deriche (2006), como:

... sistema de acciones dirigidas a establecer e impulsar la relación activa entre la población y la cultura para alcanzar niveles superiores en ambas. Incluye acciones de animación, programación, creación, extensión, investigación, comercialización, producción industrial de bienes culturales, conservación, rescate y revitalización de los valores culturales, la enseñanza y la capacitación. Se trata de un proceso comunicativo y de participación.

Este criterio es compartido por los autores de esta investigación, pues la promoción cultural de la que se habla es, por naturaleza, una manera de relacionar a la población y a la cultura orientada hacia su crecimiento sostenido. Cada una de estas acciones implica un modo de relacionar a la población con la cultura. Por esto, se entiende como un proceso comunicativo y de participación, asumiendo esta última no sólo en los límites que ofrece la satisfacción de necesidades de acceso definidos por una élite, sino incorporando también, en igual magnitud y relevancia, las expresiones culturales generadas por un accionar desde todos y por todos, que estimule, reconozca y potencie las facultades creadoras y la capacidad de aporte, latentes o manifiestas en cada individuo y en cada grupo.

Por ello, el grado y modo de participación estará condicionado por las particularidades de contextos y formas culturales; los cuales son en última instancia, los determinantes, lo que ratifica la necesidad de conocimiento cabal de la realidad y el dominio del área cultural donde se concreta nuestra misión. Entonces, concebir la promoción desde un modelo comunicacional implica ajustar cada acción cultural a las necesidades, demandas y posibilidades de cada contexto para la formación de públicos activos y en un sentido más general, contribuir al desarrollo cultural de individuos, grupos, instituciones y la sociedad en general.

Para los investigadores de este estudio, la acción cultural es toda acción que estimule, reconozca y potencie las facultades creadoras y la capacidad de aporte en cada individuo y en cada grupo, teniendo en cuenta las necesidades, demandas y posibilidades del contexto para la formación de públicos activos y en un sentido más general, contribuir al desarrollo cultural de la sociedad en general. Un elemento de trascendental importancia se revela en el planteamiento anterior: el grupo que, en tanto eje fundamental de la existencia del hombre, se constituye en una compleja y dialéctica doble condición de sujeto y objeto el protagonista de los procesos de promoción cultural.

Otro aspecto de gran significación son los agentes de la promoción cultural, para muchos aún identificados sólo en áreas que por su madurez, ejercicio y relevancia han devenido en instituciones y profesiones, desconociendo otras formas y otros protagonismos del desarrollo cultural que existen, actúan y aportan desde las propias comunidades y desde agrupaciones u organizaciones de muy variada índole y nivel de estructuración. Esta lamentable reducción muchas veces ignora también a quienes se desenvuelven en otras tareas de la sociedad más allá de lo establecido como sector de la cultura, aunque muchas veces lleguen a tener igual o mayor relevancia en los procesos culturales que este, o aunque actúen en ellos desde algunas de sus aristas.

También se le ha prestado especial atención a la fundamentación pedagógica que sirve de base a la enseñanza de la promoción cultural, orientada hacia la construcción de un saber social y asentada en un modelo que se corresponda con el modelo de intervención en la realidad que proponemos y que asume, como sus principios más generales, los siguientes: aprendizaje grupal referido a la formación de grupos y a la elaboración de un saber colectivo; formación activa y para la acción, se apoya en métodos, técnicas e instrumentos

que favorecen la participación; el vínculo permanente con la realidad concreta (partir de la realidad concreta y volver a ella) y recuperación de la experiencia de los participantes. (Deriche, 2006)

Teniendo en cuenta los principios generales de la política cultural de Cuba, la promoción cultural debe expresarse en una programación como opción de acceso de la población. La Dirección de Programas Culturales del Mincult (2003) la define como:

Proceso de planificación, organización y control de un sistema de actividades que posibiliten la relación arte-público atendiendo a las necesidades, gustos, aspiraciones, demandas de la población y de los creadores, teniendo en cuenta la capacidad de gestión de las instituciones, los espacios y recursos con que cuenta para el desarrollo de la vida cultural.

Esta programación se basa en los principios de defensa de la identidad y en el derecho de la población a lo mejor de la cultura nacional y universal y tiene como objetivos fundamentales la elevación de los niveles de apreciación artística para formar un receptor crítico al tiempo de potenciar y crear espacios de participación en la cultura.

Si se considera la promoción cultural como aquel conjunto de acciones, que desde diversas demandas contextuales, se instrumentan en aras de viabilizar el desarrollo cultural de individuos, grupos y comunidades, se puede comprender en qué medida la promoción del arte constituye un aspecto fundamental en el diseño y aplicación de la política cultural, considerando sus vínculos con elementos tales como la creación, la divulgación, la participación, el público y la labor de las instituciones culturales.

Abordar el tema de la promoción artística implica reflexionar sobre un conjunto de elementos que se deben integrar regularmente y que se asocian fundamentalmente con una propuesta de relación exitosa entre creadores, instituciones culturales y público. Se hace alusión, específicamente, a la promoción de las distintas manifestaciones del arte: música, artes escénicas, literatura, artes plásticas y cine, básicamente. Cada manifestación engloba un conjunto de alternativas como géneros, escuelas, tendencias que hacen de cada una de ellas, áreas de creación donde la pluralidad y complejidad distinguen peculiarmente los productos elaborados.

Según Aida Martín (2006), aunque determinadas características de la labor promocional pueden ser válidas para todos los casos, también existen especificidades que dimanan de las peculiaridades de unos u otros productos culturales. Es preciso entender la promoción artística como un proceso y no como un hecho estático, en tanto se produce en constante movimiento. Igualmente resulta necesario puntualizar que promover no es sinónimo de divulgar, puesto que al promover se incluye un conjunto de acciones cuya finalidad es el conocimiento, disfrute y participación, por parte de los más diversos segmentos poblacionales, de los múltiples resultados de las obras creadas.

La promoción no solo toma en cuenta tales obras, sino que además compromete a aquellos hacia quienes van dirigidas puesto que conocimientos, valoraciones y goce estético entran en juego desde la subjetividad a la hora de enfrentarse y apreciar los disímiles productos que resultan de la labor creativa de los artistas. En ocasiones se puede asumir el papel de creadores, mientras que en otras se funciona como receptores activos y críticos, capaces de reflexionar, evaluar y vivenciar.

Todas las personas poseen la capacidad de crear, es este un rasgo que distingue a los seres humanos, al igual que el pensamiento y el lenguaje. En el transcurso de la vida, a través de acciones formativas, de influencias educativas especializadas y del intercambio lógico en grupos, escenarios, contextos diversos, donde consolidamos y damos curso a un proceso de aprendizaje que nos coloca finalmente en uno u otro rol, y en una u otra esfera del complejo entramado que constituye la sociedad. (Martín, 2006)

La promoción artística se vincula con la creación y también con el público, que interpreta y de hecho influye y se integra en el proceso creativo del artista. Se reconoce que el proceso de producción cultural culmina cuando aquellos destinatarios de hechos y productos culturales recepcionan, evalúan, interpretan, aprehenden contenidos y sedimentan mensajes. Un conjunto de factores se combinan casuísticamente, de modo tal, que los resultados varían entre individuos, aun cuando a lo largo del tiempo hayan atravesado similares experiencias. (Martín, 2006)

Quienes se desempeñan como promotores culturales, median entre obras artísticas y público, propician esta relación fundamental para ambas partes, coadyuvan a un enriquecimiento mutuo, al flujo de comunicación y a la interpretación acertada. Es precisamente el creador un promotor por excelencia de su obra, un insustituible portador de información, un mediador que propicia el diálogo entre diversos interesados. De ahí la importancia de que este se reconozca como tal, se sienta partícipe de un proceso que no culmina totalmente con la terminación de su obra, sino con su trascendencia inmediata y mediata en el tiempo.

Paralelamente, es preciso considerar lo heterogéneo de los seres humanos, su diversidad, y de ahí que la apreciación estética esté marcada por determinados códigos como referente consciente en cada caso y por la condicionante emocional que atraviesa el enjuiciamiento de la obra. Significados, lecturas, imaginarios, establecen pautas. Sensibilidad, conocimientos, motivaciones, definen niveles de percepción y apreciación.

No se puede soslayar la idea de socializar, extender, dar a conocer los productos culturales creados, así como sistematizar la promoción, emplear adecuadamente la función orientadora de la información y establecer una jerarquía adecuada de lo que deseamos promover. Resulta fundamental el saber seleccionar la información que se va a transmitir, por su valor, por su posible alcance, por la influencia que puede ejercer sobre diferentes segmentos de la población. De ello se deriva su incidencia educativa, y es precisamente una

de las responsabilidades de la labor de promover, el prever los posibles resultados al ejecutar acciones en espacios diversos y dirigidas hacia grupos o sectores en especial.

La promoción carente de una visión de futuro y de un conocimiento de contextos no asegura un fenómeno de recepción que se corresponda adecuadamente con la intención o propósito del proceso creativo y de los mensajes que el mismo lleva implícitos. Promover es algo más que provocar con un accionar puntual un efecto y una respuesta de público a corto plazo ante un hecho determinado, de esta manera el efecto formativo y de adquisición de nuevos valores pierde posible alcance y no se convierte en un eslabón del conocimiento, enriquecedor y transformador.

Una importante fuente promocional, es la constituida por los medios masivos de comunicación, pero es necesario definir una jerarquía en relación con aquellas obras, autores, mensajes y acciones que nos proponemos dar a conocer. La recepción está marcada por la manera en que se presentan los mensajes, noticias, datos, la riqueza de contenidos, su actualización, la novedad, el significado y alcance, así como el empleo de la tecnología más moderna para promover. (Martín, 2006)

En tiempos actuales, donde se ha propuesto el concepto de cultura general integral, que lleva implícita una rigurosa selección de lo mejor de la producción cultural cubana para su promoción a escala nacional e internacional, constituye una demanda el hacer uso de nuestra capacidad de análisis y selección de la producción que pretendemos promover. Tamizar rigurosamente, reflexionar con sentido crítico, incentivar y estimular resultan piedras angulares de la labor promocional de hoy.

El valor de la crítica especializada resulta incuestionable en su función mediadora y de orientación. Ahora bien, ese rol solo se cumplimenta eficientemente cuando la misma se ejerce sistemáticamente, cuando incluso se produce una influencia previa, anticipada al hecho artístico, cuando se dirige hacia públicos reales y potenciales, cuando la forma del discurso es diáfana, y cuando se toman en cuenta expectativas, intereses, y grupos humanos en calidad de destinatarios.

Desde hace años existe un marcado reclamo por lograr mayores espacios en los medios de comunicación tradicionales, que de manera regular brinden una opción de información y aprendizaje respecto a las diferentes manifestaciones artísticas que conocemos. Y es, a su vez, una demanda la formación de especialistas capaces de desarrollar el ejercicio de la crítica en los diferentes territorios del país.

Se puede considerar que, tanto los artistas como los críticos, constituyen fuentes y a la vez son mediadores de información. Quiere esto decir que son un obligado punto de partida y paralelamente una vía imprescindible para lograr ese diálogo necesario entre obras artísticas y receptores de estas. Promoción, crítica, público son términos que se entremezclan e integran en un propósito común de desarrollo cultural.

La promoción del arte exige talento, destreza, el suficiente acumulado de saberes, la agilidad de pensamiento, el arresto y sobretodo un adecuado proceso de investigación previo que asegure la expansión prevista según propósitos claramente definidos. No es posible promover obras artísticas que no se conozcan hasta en sus más mínimos detalles, además de tener la información sobre todos sus antecedentes, el porqué de su aparición en un momento determinado. De igual forma, todos los aspectos relativos a su autor, su historia de vida, la evolución profesional lograda, el impacto o la trascendencia de lo creado. (Martín, 2006)

La investigación, indagación, búsqueda de información, constituyen aspectos claves a la hora de promover. Sin fuentes en tal sentido falla el propósito fundamental. De ahí que resulte un elemento a tener en cuenta la posibilidad por parte de quienes promueven el arte, de involucrarse con creadores y obras en proceso de creación, haciéndose copartícipes en ese transcurrir y aprehendiendo al máximo en todo lo relativo a ese objeto de promoción artística. Promover sin una previa labor de investigación solo conduce a un acercamiento superficial a un hecho cultural, a una percepción incompleta del fenómeno y a una proyección errónea en cuanto a acciones, pasos a seguir e informaciones a transmitir.

Ninguna institución cultural, sea cual sea su alcance territorial, puede cumplimentar acertadamente los objetivos de su programa de desarrollo si no mantiene un sistema de actualización de datos y conocimiento profundo de su realidad contextual. Paralelamente el desarrollo de proyectos que suministren un panorama real de determinados contextos.

La promoción del arte no implica, únicamente, un accionar específico en momentos de eventos relevantes de una manifestación cultural, sino que se trata de estrategias de la cotidianidad, como vía principal de carácter educativo hacia públicos diversos en territorios o comunidades. Congresos, Jornadas, Festivales u otros ameritan esfuerzos particulares de difusión y promoción, que complementan la labor de cada día y la planificación consecuente con una óptica formativa a largo plazo, lo cual deja saldos positivos en territorios o comunidades, específicamente en los públicos, a partir de las contribuciones de los mismos. Se entiende por contribuciones (a criterios de los autores), los aportes de eventos relevantes de una manifestación cultural a la promoción de los artistas atendiendo a la participación, las vías promocionales, acceso a la información, variedad de acciones culturales que proponen, al interés por las obras creadas y sus creadores, así como a la calidad de las obras presentadas.

Un elemento promocional de primer orden lo constituye la calidad artística. La existencia de obras valiosas en cualquier esfera de la creación otorga especial distinción e influye considerablemente en el fenómeno de la recepción. Esto permite alcanzar un lugar en la historia cultural de localidades, regiones o pueblos como totalidad. A lo largo de los años hemos constatado que la producción artística carente de un mínimo de requisitos en materia de probada calidad no trasciende en el tiempo y queda solamente como un momento puntual. Sin embargo, aun así, esto no justifica una promoción desacertada o centrada en productos de muy escasos valores culturales. (Martín, 2006)

La calidad representa también un aspecto central al referirnos al arte y la cultura, su presencia en lo que ya se tiene y en lo que sea capaz de construir en un futuro. Si bien la promoción del arte tiene como su propósito fundamental fomentar el gusto y el interés por las obras creadas y hacer a todos partícipes directos del desarrollo cultural, se conoce que existen diferentes niveles de compromiso y de participación. Van desde la simple percepción a través de los sentidos, hasta una real influencia en la toma de decisiones en el proceso creador, en la programación, en el manejo de la información ofrecida a través de los medios tradicionales u otras vías promocionales tales como el contacto directo, internet o las redes sociales, entre otros.

De ahí la necesidad de consolidar un adecuado proceso de evaluación de la producción cultural, como punto de partida, para estimular los mencionados niveles de participación en la población del país. La promoción cultural vinculada a la acción consciente y organizada en pro del desarrollo cultural de la sociedad, constituye una tarea imprescindible como área del conocimiento que, además de materializar la política cultural, da cuerpo a una disciplina indispensable para todos aquellos cuyo encargo social los implica en algunas de las múltiples aristas en que se manifiesta la cultura.

Conclusiones

Al abordar el tema de la promoción de las manifestaciones artísticas constituyen referentes imprescindibles categorías como cultura, política cultural, promoción cultural y programación. La política cultural cubana tiene como eje esencial el protagonismo de los creadores en su diseño, ejecución y evaluación. Uno de los pilares fundamentales que sustenta el éxito de la misma lo constituye la labor de promoción cultural, la cual debe expresarse en la programación como opción de acceso de la población. Tiene en la promoción artística el conocimiento, disfrute y participación, por parte de los más diversos segmentos poblacionales, de los múltiples resultados de las obras creadas.

No obstante, las prácticas culturales actuales, las condiciones de cada localidad demandan un análisis contextual y preguntarse día a día cuáles pueden ser las alternativas promocionales en las instituciones ubicadas en cada territorio.

Bibliografía

- DERICHE, Y. *Si de Promoción Cultural se trata*. En: Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. La Habana. Ediciones Adagio, 2006.
- GARCÍA, N. *Los usos sociales del patrimonio*. En: Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio. Colección Cuadernos, Vol. X, Consejería de Cultura, Sevilla, 1998.
- MARTÍN, A. *En torno a la Promoción Artística*. En Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. La Habana. Ediciones Adagio, 2006.

MINCULT. *Política Cultural Cubana*. Recuperado de <http://www.min.cult.cu/>

MINCULT. *Programación cultural. Dirección de programas culturales*. Recuperado de <http://www.min.cult.cu/>

SANTOS, EFRÉN. *Postgrado de Políticas Culturales*. Centro Provincial de Superación para la Cultura. Matanzas (soporte digital), 2002.

UNESCO. *Declaración de México. Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales. Paris* (soporte digital), 1982.