

POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION Y CULTURA



POLITICAS CULTURALES

Ultimos documentos de trabajo

SERIE COMUNICACIONES

- Sistema de comunicación en Chile: proposiciones interpretativas y perspectivas democraticas (P. Gutierrez, G. Munizaga y A. Riquelme)
- Bases para una discusión de políticas comunicacionales en Chile (M. L. Hurtado)
- La radio en Chile (modelos, historia, perspectiva) (M. C. Lasagni, P. Edwards, J. Bonnefoy)
- El sistema de prensa en Chile (A. Navarro)
- Comunicación y democracia (G. Munizaga)
- Destinatarios y recepción de micro-medios de Iglesia (M. Quezada, G. Riveri, E. Goldstein)

SERIE ARTE Y SOCIEDAD

- Literatura, lenguaje y sociedad (1973-83) (R. Zurita)
- La novela chilena en la última década (M. A. Jofre)
- La industria editorial y el libro en Chile (B. Subercaseaux)
- La industria fonografica chilena (V. Fuenzalida)
- La industria cinematográfica en Chile (M. L. Hurtado)
- Políticas culturales para la democracia (J. J. Brunner)
- El debate sobre políticas culturales y democracia (B. Subercaseaux)
- Dramaturgia chilena 1960-73 (M. L. Hurtado)

SERIE CULTURA POPULAR

- Métodos y técnicas de teatro popular (C. Ochsenius y J. L. Olivari)
- Administración comunal y expresividad local (J. A. Silva)
- Surgimiento y desarrollo de agrupaciones artísticas populares (C. Ochsenius)
- Sobre cultura popular (B. Subercaseaux)
- Agrupaciones culturales: una reflexión (P. Gutierrez)
- Encuentro de canto poblacional (A. Rivera y R. Torres)

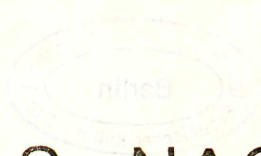
Libros

- Teatro chileno de la crisis institucional (M. L. Hurtado, C. Ochsenius, H. Vidal)
- Teatro de Radrigan (con estudios de M. L. Hurtado, J. A. Piña, H. Vidal)
- Gracias a la vida. Testimonio V. Parra (B. Subercaseaux, P. Stambuk, J. Londoño)
- Televisión-Padres-Hijos (V. Fuenzalida)
- Modulo de Educación la TV (V. Fuenzalida, P. Edwards)
- TV y Recepción activa (V. Fuenzalida, P. Edwards)
- La investigación en comunicación social en Chile (G. Munizaga, A. Rivera)
- El video independiente en Chile (Y. Ulloa)
- Matando la inocencia (A. Dorfman)

Para una lista completa de publicaciones solicitar catálogo a CENECA, Santa Beatriz 106, Santiago de Chile, fono 43772.

CENECA (Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística) es una Corporación Privada sin fines de lucro que desde 1977 se dedica a la investigación y capacitación, contribuyendo así al conocimiento y desarrollo de la cultura y las comunicaciones en CHILE.

CENECA



POLITICAS NACIONALES DE COMUNICACION Y CULTURA

(Lo autoritario y lo democrático en el contexto de América Latina)

Robert A. White
Centre for the Study of
Communication and Culture
London

SANTIAGO - CHILE

DICIEMBRE 1985

Este trabajo fue presentado por el autor como ponencia al Seminario sobre Cultura Transnacional, Culturas Populares y Políticas Culturales, organizado por IPAL y CINEP, y realizado en Bogotá, Colombia, entre el 17 y 21 de Junio de 1985.

Hemos estimado necesario darlo a conocer por cuanto constituye un aporte y un punto de vista distinto que interactúa con los trabajos sobre políticas culturales y comunicativas llevados a cabo por CENECA, en el marco del proyecto "Proceso Cultural y Democracia", apoyado por la Fundación Ford.

En la vida de casi todos los países del mundo, una política cultural es, en el fondo, una guía para todas las demás políticas y legislaciones. Se encuentra en el concepto de planificación para el desarrollo socio-económico; en la distribución de la inversión pública; en el marco de servicios de educación, salud y asistencia técnica. La base para la transformación de un pueblo en una comunidad nacional es una identidad cultural común. Todas las acciones como nación son una reafirmación de esta identidad cultural, una identidad compartida de alguna manera por todas las capas de la sociedad.

Al mismo tiempo relativamente pocos países tienen una política cultural explícita en el sentido de fomento integral de la cultura nacional y las culturas de este pueblo. Cuando se trata de una política para la "democratización de la cultura", la posibilidad de encontrar tal política en muchos países es aún más remota. La cultura en sí misma puede ser "democrática", en el sentido de que todos los grupos de la nación hacen su cultura, aún los más marginados y oprimidos. El reto es el diseño de una política que responda a las culturas y fomente la creatividad de estas culturas.

Esta ponencia abre algunas líneas de pensamiento sobre una política democrática para un desarrollo democrático de las culturas, sobre todo las culturas populares. En la primera parte, se proponen unas premisas que orientan una política democrática. La segunda parte de la ponencia traza las dimensiones de una política cultural más democrática.

I PREMISAS PARA UN PROCESO DEMOCRATICO DE FOMENTO CULTURAL

1. La cultura no es sólo "Bellas Artes", una expresión estética para y por las clases élites, sino la expresión de valores de todos los sectores de una nación.

Esta premisa parece obvia y, hoy en día, generalmente aceptada. Por ejemplo, la Conferencia Mundial Sobre Políticas Culturales realizada en México en 1982 subraya este punto. (1). Sin embargo, el concepto de cultura como bellas artes ha sido la base tradicional de muchas políticas culturales y en muchos casos sigue siendo la norma operante en muchos países. El hecho de que personas de las clases élites controlen la política oficial de fomento cultural asegura que estas políticas reflejen sus gustos e intereses. El financiamiento oficial y semi-oficial, directo o indirecto (por ejemplo, en construcción de los grandes teatros nacionales), todavía está dirigido a las bellas artes. Wallis y Malm, en su estudio de políticas nacionales de música popular, describen la lucha en Suecia y en otros países para conseguir financiamiento para festivales de música popular y espacios en las emisoras para la música popular. (2).

La cultura puede definirse como toda la gama de conocimientos y valores que todos los miembros de la comunidad mantienen (3). Sin embargo, el aspecto central es el conjunto de significaciones de nuestro mundo y de nuestras acciones en este mundo. La cultura es la acción simbólica de la persona que expresa la capacidad humana de intencionalidad y valorización. Lo central en la acción cultural es el intento de construir un mundo según los criterios de selección entre el bien y el mal.

Los antropólogos como Claude Levi-Strauss y Geertz afirman que los mitos, las grandes síntesis de todos los conocimientos y valores, son centrales para la organización de una cultura. Los mitos no son sólo cuentos primitivos para explicar el origen del mundo sino que proyectan las metas intencionales de una comunidad el mundo que la comunidad está tratando de construir. Los mitos nacionales tienen origen en las grandes experiencias colectivas de revolución para establecer "un nuevo pueblo", y los mitos forman una comunidad nacional de grupos dispersos. La cultura de una nación puede perdurar mientras los grandes mitos tienen sentido y legitimidad para sus miembros. Los mitos son la base de una identidad cultural y la base de identificación de los miembros con esta sociedad. Por ejemplo, la incorporación de inmigrantes en un pueblo se hace en la aceptación de los mitos de este pueblo. La defensa de los mitos es la defensa de la identidad cultural. Farrel Corcoran, en su análisis de la televisión como portadora de mitos, afirma que la ideología es la organización de un conjunto de mitos. El cuestionamiento de las ideologías es un proceso de cuestionamiento de los mitos (4).

En nuestra sociedad el mito del "progreso", basado en la cosmovisión evolucionaria del siglo XIX sigue siendo el mito organizador de todos nuestros conceptos políticos, económicos, científicos, educativos, tecnológicos, etc. Según este mito, todo tiene que "desarrollarse y progresar" siempre mejorando según los criterios aceptados de racionalidad. El mito del "progreso continuo" organiza nuestros conceptos científicos, filosóficos, religiosos (hablamos de una teología de desarrollo o de liberación), etc.

Los ritos se desarrollan como contexto de celebración, narración y experiencia de los mitos, y nuestra vida está organizada con ritos para celebrar el progreso y socializarnos en las virtudes exigidas por los mitos. Hay otros mitos importantes en nuestra cultura contemporánea: el mito de la comunidad armónica y pacífica, el mito de la libertad, el mito de la participación democrática, etc. Todos estos mitos establecen el marco y las metas del mundo que estamos tratando de construir aunque no lo alcanzamos en su perfección. Los grandes símbolos de los mitos nos inspiran y nos empujan hacia la meta de los mitos. Cada civilización busca la manera de contar y volver a contar los mitos de generación en generación, sea con la poesía épica o con la televisión popular, para que nadie se olvide de las metas de nuestra sociedad.

Sin duda alguna, la expresión artística en el teatro, la poesía, la música, las artes plásticas, etc. presenta en forma sintetizada e intensamente resumida los valores de nuestra cultura. El artista logra integrar en una experiencia profundamente sentida lo que todos nosotros pensamos en forma parcial y distraída. Con una obra, el artista reúne el aspecto imaginativo, emotivo, simbólico y mítico para presentar una experiencia que expresa todas las dimensiones de la experiencia humana. La gran obra de arte dramatiza de una manera especialmente lúcida los valores y mitos centrales de una época cultural. El artista selecciona valores entre el caos de la experiencia cotidiana, pone un marco alrededor de unas significaciones y subraya ciertos valores especialmente importantes. Las formas de arte -la música, la oratoria, las fiestas populares, los cuentos- recogen y forjan los símbolos que

perpetúan el sentido de comunidad y que entran en la imaginación de los movimientos socio-políticos. Es decir, puede existir una relación muy estrecha entre la expresión artística y los movimientos para la transformación socio-política.

En nuestro contexto actual, solemos tener la experiencia de la expresión artística en los momentos de ocio, fuera de espacios de trabajo. Aunque pensamos que el ocio es el momento en que "no hacemos nada" - ¡sólo estamos mirando televisión! - estos son los momentos de experiencia más intensos de nuestra cultura. La televisión, por ejemplo, como todos los medios masivos populares, es el medio principal para contar los mitos de nuestra cultura y renovar la intencionalidad personal y nacional. Según Silverstone y muchos otros, el lenguaje de la televisión es "narración" y lo mítico (5). El ocio es el espacio en la vida para soñar y entretener la posibilidad de otros mundos posibles. Es decir, la televisión no es sólo un factor de control sino el momento de creación de la cultura dentro del contexto de la comunidad nacional.

2. Una cultura es un proceso socio-histórico continuo y una cultura está cambiando constantemente.

En la conferencia sobre políticas culturales en México, se subrayó que una cultura no es sólo lo folklórico y lo tradicional. Sin embargo, hay tendencias en algunos países de América Latina de definir "la cultura" como lo folklórico y lo pintoresco. Esta definición de cultura nos absuelve de respetar las expresiones culturales nuevas y chocantes que cuestionan el status quo.

Es cierto que las grandes experiencias colectivas del pasado de un pueblo se quedan en los símbolos y mitos, marcando la organización básica de una cultura. Nuestra socialización en esta cultura introduce este marco en la estructura de nuestras personalidades. Un pueblo, para mantener su solidaridad, siempre tiende a regresar y renovar estas experiencias, especialmente en momentos de crisis de la sociedad. Todas las instituciones sociales, desde el gobierno hasta la familia, están formados en la imagen de estas experiencias del pasado. Por eso, una revolución socio-política es una experiencia tan difícil y perturbante para casi todos en la sociedad, inclusive para los dirigentes mismos de la revolución.

Sin embargo, la cultura siempre está cambiando y es siempre una dialéctica entre el pasado y el futuro, abandonando selectivamente aspectos del pasado y creando una nueva visión de lo que debe ser el futuro.

La base para este proceso puede ser la dialéctica político-económica, el cambio de relaciones sociales y estructuras de poder en la historia. Al mismo tiempo, la cosmovisión y los valores creados en el pasado son un factor condicionante en el proceso material actual. Al decir esto, no pensamos identificar "cultura" con una supraestructura opuesta a una base material. Todo es cultura, pero la supraestructura de símbolos y mitos no cambia si el contexto político-económico de poder no cambia.

El punto central en esta premisa es que la creación de la historia de un pueblo es la creación de una cultura. Una

cultura es un proceso móvil, continuamente muriendo y resucitando. La crisis cultural es un proceso constante. No podemos pensar en una cultura como algo estático, definiendo la tarea de una política cultural como "la preservación" de algo eternamente permanente. Una política cultural, es, precisamente un intento de enfrentar y facilitar la crisis cultural.

3. La persona es "humana" precisamente en su capacidad de crear cultura, y la realización de nuestra humanidad es la participación en el proceso histórico de creación cultural, una participación en la dialéctica entre el pasado y el futuro.

La conferencia de México declaró que todas las personas tienen el derecho de acceso a la cultura y el derecho a participar en la creación de la cultura. Este derecho es la fundación de la democracia política y económica. También la persona tiene derecho a participar en la formulación y ejecución de políticas culturales, es decir, derecho a la "democracia cultural" (6).

El análisis de la fundación filosófica de este derecho no es la tarea de esta ponencia, pero es importante señalar que la persona es un ser capaz de acción simbólica que es una acción de intencionalidad. Es decir, la persona no es sólo parte de la historia sino hace la historia. Como Paulo Freire ha indicado, somos más persona en cuanto participamos en la creación de la cultura y de la historia. La persona en su comunidad descubre y desarrolla su propia identidad per-

sonal en cuanto puede expresar su ser único en diálogo con otras personas en una acción comunitaria. Una cultura existe en el contexto social, en cuanto varias personas comparten los mismos símbolos. La tradición teológica Judeo-Cristiana refuerza y extiende este concepto filosófico cuando habla de la persona como imagen de Dios creador y co-creador de la historia con Dios. Dentro del proceso histórico, la persona tiene la responsabilidad y el derecho con completa libertad, de llevar a cabo la historia del mundo.

Por tanto, la sociedad debe ofrecerles a todas las personas la oportunidad de participar en la creación de las culturas al nivel de la comunidad local y nacional. La democratización de la cultura en todo sentido (no sólo acceso a la cultura sino participación en la formulación y ejecución de políticas culturales) es la base de una filosofía social.

4. Una sociedad puede sobrevivir y ofrecer una vida humana y justa a sus miembros en cuanto la sociedad tiene la autonomía cultural para responder a su medio ambiente según sus propios criterios y según su propio proceso de desarrollo autogestionario.

Cees Hamelink propone esta tesis como la base de su argumento para una política de autonomía cultural y de des-asociación de las relaciones de dependencia dentro de la red de relaciones culturales internacionales (7). El pensamiento de Hamelink es que todas las sociedades, para sobrevivir, generan relaciones adaptativas muy particulares con su ambiente ecológico. Si la sociedad, en contextos de

dominación externa, empieza a introducir, sin criterios propios, aspectos culturales que sirven otras sociedades pero no necesariamente esta, esto puede interferir con los procesos. En esta perspectiva, si la sociedad tiene tradiciones socio-políticas de otro tipo, la autonomía cultural permite una resolución a través de sus propios procesos históricos. Este argumento muy resumido es un intento de fundamentar los principios básicos del debate sobre el NOMIC y los principios del derecho de una sociedad a su propia identidad y autonomía cultural.

El mismo argumento ofrece una base de reconocimiento de los derechos culturales de grupos minoritarios dentro de un país, un derecho que la conferencia de México ha mencionado. En la conferencia se recomienda también cierta descentralización y regionalización de actividades culturales para respetar particularidades de desarrollo cultural en contextos, a veces, muy diferentes. (8).

5. El desarrollo de una cultura se vincula estrechamente con la expresión a nivel simbólico de acciones sociales en los medios de comunicación social, sean estos medios directos y orales o a través de medios impresos y electrónicos.

Esta premisa se relaciona con la tercera que propone que la cultura surge de un proceso de interacción simbólica. Como se mencionó antes, la comunidad no puede existir sin su estructura simbólica común. En base a esta interacción básica, la comunidad desarrolla sus momentos de celebración; su solidaridad en los ritos, fiestas y sus relatos

de cuentos. Estos son los momentos claves para hacer la historia comunitaria y crear una cultura.

Toda la comunicación por los medios extiende el círculo de la comunicación interpersonal y oral para incorporar otros grupos primarios y comunidades locales. En cuanto el medio hace posible la comunicación simultánea, es casi el único vínculo común entre todos los individuos y grupos en la región o nación. El que produce programas para la radiodifusión tiene que tomar en cuenta que potencialmente todos, jóvenes y viejos, sectores urbanos y rurales, pueden usar el medio simultáneamente. La producción tiene que nivelar lenguajes, temáticas, etc. e incorporar los símbolos y mitologías que todos aceptan y entienden. En nuestra sociedad contemporánea, los medios se hacen el foro principal para crear cultura.

Como se mencionó antes, en las sociedades más industrializadas hay una división más radical y completa entre los espacios de trabajo y los espacios de ocio. En las grandes industrias y burocracias racionalizadas el trabajo se estructura en forma intensamente movilizadora e instrumental. Durante el trabajo pertenecemos a otro dueño. Somos dueños de nuestra vida sólo durante los momentos de ocio -y sólo en cuanto el ocio concuerda con el sistema industrial. En estos momentos de ocio podemos pensar nuestros propios pensamientos, soñar con mundos posibles, celebrar los eventos comunitarios de deportes, cuentos, humor- los momentos en que toda nuestra personalidad está en juego.

Para muchos estos momentos de ocio están ocupados por los medios de comunicación social. En la experiencia de los medios entramos en otro mundo lejos del trabajo para participar en la narración de la mitología de la nación y la mitología cósmica. Es también una entrada a una gran comunidad y compartimos con otros de la nación la participación en el mismo reflejo de nuestra cultura, explorando con los realizadores de programas el sentido de la historia, en las noticias, la telenovela, la música y la comedia. Los medios son otra dimensión del ocio que nos permite expresar nuestra personalidad en la creación de cultura.

En cualquier situación de comunicación intervienen una estructura de poder y ciertos protagonistas del evento. Sin embargo, la complejidad de la tecnología, la necesidad de montarla con mucho financiamiento y mantener una gran estructura de producción para competir, introducen un nuevo elemento que vincula el proceso de comunicación aún más estrechamente con la estructura de poder. También esta organización de los medios masivos da más poder a los protagonistas de la comunicación, por lo menos en la actual organización de los medios en América Latina. Por eso, la organización productiva misma ocupa una posición clave en la creación de culturas.

Al mismo tiempo debemos evitar un modelo de los medios que atribuye demasiado control social y verticalismo. Es mejor un modelo de "foro" en que varios actores negocian -financiadores, realizadores, actores, el gobierno regulador y la

audiencia- para determinar el producto final. El realizado de la programación por ejemplo, no fabrica totalmente de su propia imaginación el contenido de programas, sino él es sensible a las corrientes en la cultura, recoge elementos y los formula en una nueva síntesis. Jesús Martín Barbero, citando el trabajo de Rosa María Alfaro en Perú, comenta que la radio y la televisión logran captar lo popular. Los inmigrantes en Lima "usan la radio para darse un espacio de identificación que es no sólo evocación de una memoria común sino producción de una experiencia profunda de solidaridad. Lo que nos muestra como los procesos de reproducción cultural e ideológica receptionan y son susceptibles de ser subvertidos en el campo mismo del consumo" (9). Esto no quiere decir que todos los actores en la negociación tienen el mismo poder; la influencia en el producto variará mucho según el contexto de la producción cultural.

Con todo su verticalismo, la institución de los medios masivos populares es un espacio más para el cambio cultural que hemos pensado. Como Horace Newcomb ha indicado en la experiencia de la telenovela, entramos en otro mundo para rehacer nuestra estructura de percepciones y valores. Luego, regresamos a nuestro mundo cotidiano para cuestionar algo de la mitología que vivimos. (10).

Esto no quiere decir que tengamos actualmente una estructura democrática en los medios públicos. La estructura hegemónica no puede controlar completamente el campo de producción cultural, pero en su lógica actual la institución de los medios revela una evolución más en la imagen magisterial

de control social y de vendedor que en la imagen de foro. Las raíces feudales reforzadas por el crecimiento de una estructura clasista capitalista se han reproducido en la radio difusión, ya sea un sistema comercial o sea un sistema estatal/corporación pública. Esto es más cierto en cuanto la temática toca los intereses de los poderosos. El problema se nota en la superficialidad de las noticias o la ausencia de información clave que puede influir en un proceso de cambio; en la reproducción de los mitos e ideologías de las clases dominantes; y en la imagen negativa o la falta de acceso de los grupos minoritarios.

Encontramos, entonces, una ambivalencia en los medios públicos.

Por un lado existe algo de la comunicación inmediata del círculo de amigos y vecinos del barrio -aunque el barrio ahora es la nación. En este sentido, los medios son un foro para la creación, celebración, debate y cambio de la cultura.

Por otro lado, es un foro demasiado importante para dejarlo libre y abierto. Las estructuras de poder sienten la necesidad de entrar y controlarlo en cuanto sea posible. Sin duda, la posibilidad de participación general en la creación de cultura y una democratización de la cultura no es posible sin una democratización de los medios de comunicación social.

6. La participación en la creación de la cultura y la democratización de la cultura depende de nuestra capacidad de democratizar la comunicación pública y crear espacios para la expresión cultural entre las clases populares.

Partimos del hecho de que en América Latina la participación en la creación de una cultura nacional, regional o local es muy desigual. El proceso de creación de la cultura está dominada por los sectores élites: empresariales, altos administrativos y los letrados. En este bosquejo esquemático, se pueden dar sólo algunos ejemplos analíticos para señalar la naturaleza del problema.

- a) Los símbolos de prestigio y de valor (aspectos centrales en la cultura) son de los sectores elitistas: lo urbano está valorizado sobre el sector rural-campesino y su extensión subproletariada en la ciudad; lo empresarial sobre lo obrero; ascendencia Europea sobre la indígena; el hombre sobre la mujer.
 - b) Otro elemento central en la organización de la cultura son los mitos. El mito dominante que dirige el concepto de la historia es el mito de "desarrollo y modernización" que establece como meta el patrón de producción y consumo y organización de vida de las elites en los países industrializados. Este patrón se extiende a las clases élites en la sociedad Latinoamericana. Toda la historia, pasada y futura, se escribe desde la perspectiva de las élites.
- Una dimensión de este mito de desarrollo y modernización es el modelo de la superación individual en un mercado libre de talentos. Este mito de la superación pone como meta la socialización familiar, la educación, la estructura industrial, la movilización de la vida para "subir" a posiciones empresariales y de altos administrativos

(los "corbatudos") para disfrutar el mismo patrón de consumo de estos sectores. El sentido del trabajo no es la contribución solidaria a otros trabajadores, sino que ganar una posición más alta en la jerarquía para sí mismo o para sus hijos. La sociedad se concibe como una escala competitiva, eliminando como inútiles los que pierden en cada concurso y destinando a los que pierden a una posición de inferioridad.

Aunque la superación y la modernización en la imagen de los países Nor-atlánticos es el mito dominante, es una ironía que el escepticismo y cinismo sobre los mitos culturales de la nación se encuentre mucho más fuerte en las clases élites. El patriotismo y aceptación más profunda de la mitología se encuentra en las clases populares. Para las clases subalternas, estos mitos son más distantes, más sagrados. El "conservantismo" de la clase obrera es un fenómeno bien comprobado en casi todas las sociedades industriales capitalistas.

- c) Los medios de comunicación social, el foro para la creación, celebración y mantenimiento o cambio de la cultura, están dominados por las clases hegemónicas. Dado la estructura empresarial de los medios y la dependencia de la publicidad para financiarlos, la información, el entretenimiento, etc. son mercancías, y el acceso a los medios depende del poder económico. Muchos estudios han demostrado que en la producción de las noticias, por ejemplo, la red de colección de noticias se enlaza con las oficinas de relaciones públicas de los sectores empresaria-

les y administrativos de manera que la perspectiva en la prensa y en los medios electrónicos siempre favorece las élites. Los medios masivos más populares se definen como entretenimiento aún en las noticias más superficiales. Los periódicos "de calidad", con un análisis más profundo, se orientan hacia las clases pudientes en un lenguaje y formato que sigue el estilo de pensamiento de estas clases. Sería posible producir noticias con un análisis más profundo para las clases populares, pero esto no es económico especialmente dada la captación de la publicidad orientada a los sectores con poder de compra.

- d) En el sistema educativo, otra institución importante para la creación de cultura, las élites tienen acceso a las mejores escuelas. El sistema educativo se orienta a preparar sus alumnos últimamente para entrar en la universidad aunque muy pocos llegan a ese nivel.
- e) La religión en América Latina juega un papel muy importante en la definición de la cosmovisión y sistema de valores de la cultura. Otra vez, el "Catolicismo (y Protestantismo) Oficial" es un catolicismo de la clase media urbanizada mientras que la religiosidad popular se considera supersticiosa y emotiva. La teología de la liberación, que refleja la perspectiva de las clases populares más organizadas políticamente, se trata con sospecha. Las comunidades eclesiales de base, con su estilo informal de participación y diálogo horizontal, se consideran algo para los barrios pobres mientras la clase media prefiere tener una iglesia clerical y jerárquica.

f) En la expresión artística, las bellas artes son percibidas como la norma y la expresión ideal de la cultura. Las artes plásticas, las teatrales y la literatura se consideran una producción cultural por y para las mismas clases hegemónicas.

Todo esto es completamente evidente en la vida diaria de nosotros- algo que parece completamente "natural". Como García Canclini explica muy bien, en el sistema hegemónico la producción de cultura se logra no por la imposición directa sino por el control indirecto de la situación de la vida diaria, sobre todo por la reproducción de las condiciones de producción y consumo. "Por tanto", dice García Canclini, "en la mayor parte de América Latina las prácticas populares son menos de oposición que de participación en el sistema hegemónico" (11).

Los mecanismos de participación de las clases populares en la producción de una cultura hegemónica

Para comprender bien las posibilidades de la democratización de la cultura y las posibilidades de mayor participación auténtica de las clases populares, es importante analizar dos aspectos de los mecanismos del sistema hegemónico:

1. Cómo el sistema induce a las clases populares a participar y apoyar el control hegemónico;
2. Al mismo tiempo cómo el sistema genera espacios libres para la expresión cultural auténtica de las clases populares y también genera resistencia y movilización organizada contra lo hegemónico.

El análisis clásico, neo-Marxista, nos presenta algunos instrumentos de análisis, pero creo que en algunos aspectos este modelo de análisis está basado mucho en el modelo de sociedad en Europa. Creo que debemos tomar en cuenta que América Latina está dentro de la esfera de influencia de los Estados Unidos con su modelo de sociedad liberal capitalista. Este modelo tuvo gran influencia en el siglo pasado y ha seguido influyendo fuertemente por lo menos hasta la década de los '60.

En el modelo liberal-capitalista de los Estados Unidos, el mito de la modernización, (con todas las inmensas posibilidades de "conquistar fronteras" en ese país) y de la superación individual, es central. Los elementos de la sociedad feudal con su concepto de "lugar natural" de las clases obreras (un concepto que todavía tiene mucha vigencia en Europa) han sido eliminados. Este mismo mito de la superación individual ha sido introducido en una sociedad Latinoamericana altamente jerarquizada, centralizada, autoritaria y dicotomizada. La motivación de superación individual domina en América Latina también, reforzada por una estructura social muy clasista y en muchos casos, sin la moderación de la tradición de la democracia comunitaria de los EE.UU., o, por lo menos, con otro estilo muy diferente de la democracia comunitaria. En América Latina la norma de superación individual sigue extendiéndose a todos los sectores de la población, eliminando la noción feudal de "lugar social natural" y el paternalismo de las élites tradicionales. Todos son objetos económicos en un mercado libre de talentos. La norma de superación afecta todas las actitudes y actividades

con la esperanza de llegar a las posiciones de las clases empresariales y administrativas con todos los valores de esas clases. Las prácticas de socialización en la familia, la educación, la misma organización industrial, la mitología de los medios y la publicidad -todo valoriza la superación individual sobre el valor de solidaridad comunitaria entre las clases populares. Por tanto, con anticipación y tomando el sector empresarial como grupo de referencia, individuos y familias de las clases populares imitan los valores y patrones de vida de las élites en el estilo del pequeño burgués.

A pesar de toda la motivación urgiendo hacia la superación, las clases populares encuentran limitaciones y obstáculos casi insuperables. Una respuesta a esta situación es aceptar su "fracaso" y crear espacios culturales que valorizan la vida de lo popular en sí misma. Adaptan la actitud de que "nuestro tipo de gente está menos valorizado en la sociedad en general, pero nuestros hábitos son buenos para nosotros". Gozan menos de sus actividades de trabajo, pero buscan otros gozos en sus diversiones propios de deportes, el círculo de amigos en la cantina, el sistema de compadrazgo y la seguridad de tener buenos patrones para ayudarles en momentos de crisis, los pequeños movimientos para mejorar el barrio un poco, la posibilidad de tener y mejorar una casita propia. Las mujeres gozan también de su círculo de amigas para desahogarse con los últimos chismes, las fiestas barriales y religiosas, el momento de descanso con la telenovela, la solidaridad familiar, los pequeños esfuerzos empresariales para ganar unos centavitos más- la satisfacción con el milagro de sobrevivencia de la familia en medio del desempleo, el abandono y mal tratamiento de las autoridades. Go-

Gozan de las actividades religiosas como los velorios, peregrinaciones, las tradiciones religiosas centradas en la casa y en la familia. Para todo la música es importante, especialmente para los jóvenes, la música rock, en sus fiestas juveniles.

En todo esto hay una inmensa creatividad cultural que a veces se celebra y se mitifica en los medios masivos, especialmente en la música popular, en la telenovela y en el humor (12). Estos espacios de cultura popular son interesantes precisamente porque son espacios que no están tan penetrados por los mitos de la sociedad liberal capitalista con su motivación de superación. Que estos espacios son incompletos y no cubren, por ejemplo, el mundo laboral o político, es cierto. Pero, sin idealizar estos espacios creados por las clases populares, ofrecen una base solidaria y más comunitaria sin tanta corrupción y cinismo oficial que aflige las esferas empresariales y administrativas y con una sabiduría y un humanismo personal y social muy profundo. En resumen, estos espacios ofrecen una cultura más auténtica y adaptada al contexto del país. Sin embargo, estos espacios no están suficientemente apreciados y apoyados en las esferas de una política cultural. Tal vez este abandono sea mejor a veces porque una interferencia oficial puede causar dependencia y una distorsión. Pero al mismo tiempo todo esto es otro ejemplo de la distribución desigual de los recursos de la sociedad.

Otra respuesta a esta situación de motivación hacia la superación pero con oportunidad limitada es el movimiento y la organización popular para cambiar la situación. En algunos

casos estos movimientos todavía tienen una base fuerte de conciencia de clase campesina-obrera. Por ejemplo, los movimientos campesinos para recuperar tierras, movimientos obreros para tomar fabricas abandonadas o movimientos para lograr mejores salarios y condiciones de trabajo. Sin embargo, como García Canclini indica, antagonismos que hasta hace pocas décadas eran marginales y a veces invisibles dentro de la política general, los conflictos étnicos, sexuales, regionales, han pasado a ocupar posiciones protagónicas. Estos nuevos conflictos se localizan fuera de la producción o no sólo en la producción y, según García Canclini, son de dos tipos: a) luchas contra formas de poder, represión y discriminación, principalmente en la vida cotidiana; b) luchas por la apropiación de los bienes y servicios, o sea en el campo del consumo.

Hay otro tipo de movimiento que no tiene la apariencia política ni trata de cambiar estructuras sociales explícitamente. Me refiero a las experiencias de la inquietud y protesta "silenciosa" de la juventud en su música popular, específicamente formas de rock más autóctonas. Los movimientos religiosos con sus celebraciones, cantos y formas de reunión a veces son una protesta. Los movimientos de teatro popular y ciertos tipos de deportes son también expresión de cuestionamiento de la estructura actual. La importancia de estos movimientos es su creación de nuevas formas de discurso, nuevos símbolos y mitos. Son importantes también porque introducen formas de discurso político en las esferas populares. En este sentido, estos movimientos son de gran importancia para la creación de nuevos espacios culturales y crean nuevos lenguajes para la expresión de cambio socio-político.

Un análisis de estos movimientos es especialmente importante para comprender el proceso de creación de una nueva cultura popular.

1. Generalmente surgen cuando los protagonistas han agotado todas las posibilidades de resolver el problema a través de una comunicación vertical con la jerarquía de oficiales. La alternativa es establecer redes de comunicación horizontales entre los mismos que sufren el problema. Esta nueva red de comunicación, en grados diferentes según el contexto, tiene características especialmente importantes para la creación de culturas:

a) Es participativa y democrática porque el poder no se apoya en recursos financieros ni en apoyo oficial legítimo, sólo en el apoyo de un número de personas. Este apoyo se mantiene en cuanto cada persona se siente participante en la acción y en las decisiones.

b) En cuanto los participantes empiezan a hablar libremente (ya no tienen que hablar en el lenguaje oficial de las burocracias y de las esferas de poder), elaboran una nueva conciencia de su situación que surge de sus experiencias de represión y de sus propias percepciones de soluciones. Crean un nuevo lenguaje, nuevos símbolos y nuevos mitos. Estos nuevos símbolos son un vínculo común entre grupos dispersos muy diversos y son también un factor básico en la posibilidad de comunicación horizontal. Los nuevos mitos proyectan un nuevo concepto del futuro por hacer. Los nuevos símbolos y mitos no son sólo la base para exten-

der nuevas redes de comunicación interna más solidaria sino para proyectar una nueva imagen del movimiento hacia afuera, hacia la sociedad. En este sentido, influyen en toda la cultura nacional.

- c) En la nueva cultura que se crea dentro del movimiento, todos los aspectos de la vida están valorizados positivamente. Muchas veces el desprecio del campesino y del pobre urbano por los oficiales es la base del rechazo de sus peticiones. La nueva cultura percibe toda la cultura de las élites como corrompida y el movimiento presenta su propia cultura como una base nueva para la vida política y administrativa del país.
- d) En cuanto el movimiento crece y se encuentra más disperso en muchos grupos, se presenta el problema de intercomunicación, información y celebración solidaria de su nueva existencia. La "celebración" es especialmente importante para la socialización continua de los participantes en los nuevos valores, símbolos y mitos del movimiento. Además, en el mismo acto de la comunicación celebratoria, se crean símbolos dándoles una forma más destacada, sagrada, narrativa e histórica. Cada celebración es una transformación de la cultura popular en una expresión política, dando un nuevo sentido a cantos, discursos y expresión artística.
- e) La comunicación dentro del movimiento presenta también el problema de un medio que puede vincular grupos dispersos con una comunicación simultánea. Dado los obstáculos en los medios comerciales u oficiales, la alternativa es

establecer su propio medio o tener alianzas con medios alternativos simpatizantes con los objetivos del movimiento. Con el control de su propio medio, empiezan la adaptación del medio a sus propios fines: nuevos formatos que expresan la forma de discurso nuevo del movimiento; nuevos lenguajes radiofónicos o visuales en base a los lenguajes y símbolos del movimiento; hasta cambios en la misma tecnología física del medio. A veces el movimiento desarrolla nuevas dimensiones tecnológicas o descubre nuevas tecnologías no usadas por el sistema hegemónico.

En resumen, tanto los espacios creados por las clases populares en su experiencia de abandono y fracaso como los movimientos para cambiar estructuras son bases para la creación de una nueva cultura. Sin embargo, es más difícil descubrir cómo una política cultural puede apoyar y reforzar estos espacios de cultura de las clases populares.

II CONDICIONES Y CONCEPTOS PARA UNA POLITICA CULTURAL DEMOCRATICA

Es evidente, por las reflexiones sobre las premisas anteriores, que las acciones gubernamentales en si mismas no pueden crear una cultura. La cultura se crea por el pueblo en base a las condiciones y experiencias dentro de una estructura social determinada. La democratización de la cultura tampoco

se hace por el mismo gobierno. Sobre todo en el contexto de los gobiernos de estilo liberal capitalista en América Latina, las estructuras gubernamentales están penetradas, dominadas o vinculadas con los intereses hegemónicos. Los movimientos para la verdadera democratización surgen más bien entre grupos disidentes y movimientos populares aliados con grupos disidentes en el sector técnico-urbano.

Sin embargo, la democratización no puede tener éxito sin algún apoyo gubernamental nacional e internacional (por ejemplo, a nivel internacional, organismos como la UNESCO). Los procesos tienen que apoyarse dentro del marco del estado liberal y en los espacios que los principios liberales y las democracias sociales permiten. Por ejemplo, los principios del liberalismo clásico apoyan la libertad de expresión y organización, la valorización del desarrollo comunal, el concepto de servicio público de los medios, la legislación que protege los intereses laborales y universitarios, cierta celebración democrática del hombre y la mujer de las clases populares, tradiciones nacionales que glorifican el indigenismo y el agrarismo (por ejemplo, en México y en el Perú). Estos principios pueden dar cierta legitimidad a la democratización de la cultura y abren espacios para buscar apoyo financiero y burocrático.

El papel del estado, entonces, es de facilitar, quitar obstáculos, y poner condiciones para que el mismo pueblo pueda crear sus propias culturas y sus propias acciones de democratización de la cultura.

El énfasis en este intento de trazar algunas dimensiones de una política cultural es más bien hacia el modelo democrático. Sin embargo, es necesario analizar algunos obstáculos en la estructura autoritaria que existe en muchos países.

A) Obstáculos en la Sociedad Autoritaria

1. El Concepto del Estado Liberal Capitalista y el Marco de "Modernización" como Modelo de Desarrollo Cultural.

Es obvio que la democratización de las culturas no puede proceder si no hay un cambio en la distribución de poder social con sus cambios de desigualdades en la apropiación de los bienes de producción y de consumo. Sin embargo, la mayoría de las actividades recomendadas por la Conferencia sobre Políticas Culturales en México van a ser proyectos de fomento cultural dentro de estados liberales capitalistas. La democratización de la comunicación y de la cultura tiene que progresar dentro de los espacios culturales creados por las clases populares y por los movimientos disidentes en todas las clases. El obstáculo principal para toda esta acción no es tanto la represión directa sino la distorsión y corrupción de acciones culturales bien intencionadas por el ambiente creado por los mitos dominantes de la sociedad hegemónica.

a) Los símbolos, mitos y motivaciones del modelo de modernización.

Como se mencionó antes, la modernización pone como meta la traducción y reproducción de las culturas de las sociedades industrializadas. Se dice que lo que se traduce es sólo la

tecnología, los instrumentos para realizar las propias metas culturales de las sociedades industrializadas. Se dice que lo que se traduce es sólo la tecnología, los instrumentos para realizar las propias metas culturales de los países receptores. Sin embargo, el objetivo es el cambio de las culturas en la imagen de los países industrializados Nortatlánticos, especialmente los EE.UU. en el apogeo de los movimientos liberales en el siglo 19 y también, bajo nuevos símbolos, en el gran esfuerzo de "desarrollo" en las décadas de 1950 y 1960, el objetivo fue la traducción de los grandes mitos del liberalismo Anglo-Americano. Aún si el plan fuera sólo la traducción de los "instrumentos", estos instrumentos traen su lógica de producción y de consumo, que necesariamente reproducen una cultura a la imagen de su fuente y con lazos de dependencia continua con el país de origen. Muchos de estos lazos son de gobierno a gobierno, pero el medio principal de la traducción fue la corporación transnacional que reproduce toda una estructura empresarial y social junto a la introducción del patrón de publicidad, de consumo y de comunicación social.

El primer paso fue la creación de polos de desarrollo en las grandes ciudades latinoamericanas con sus grandes burocracias para el desarrollo. De este polo, la vida moderna se extiende a los sectores campesinos y a otros sectores no penetrados por el sistema comercial capitalista. En la mayoría de los países de América Latina existía una estructura social jerárquica dividida en dos grandes clases, la laboral y la dirigente. Esta estructura fue un sistema esencialmente de extracción del valor del trabajo. El esfuerzo de desa

rollo intentó canalizar los nuevos "inputs" de crédito, asistencia técnica, acceso a mercados, etc. a través de la estructura jerárquica. Dado que ésta fue realmente una estructura de extracción, todos los beneficios se quedaron con los intermediarios de la modernización. El éxito de la modernización se demostró en el sector comercial y empresarial, y estos sectores fueron presentados como modelos culturales para el desarrollo en toda la planificación nacional. Rápidamente el modelo de modernización calificó al agricultor de semi-subsistencia y otros sectores al margen del sistema comercial no sólo como fracasos sino como obstáculos al progreso.

Los sectores populares no respondieron a los estímulos de la modernización (porque sencillamente no tuvieron acceso a los recursos) y no respondieron a la motivación de superación como clase. La única solución fue, otra vez, sacar algunos individuos más agresivos de la miseria. Este modelo penetró todas las instituciones más oficiales: el sistema educativo, servicios de salud, la asistencia técnica, etc. En vez de percibir el sector popular como fuente de creatividad cultural, este sector, en realidad si no en la retórica, fue tratado como factor cultural negativo.

Esto sugiere que en los sectores administrativos no hay una confianza verdadera en la capacidad de las clases populares para crear una cultura que apoye el proceso de desarrollo en el país. Como podemos esperar que las clases élites que controlan la formulación de una política cultural puedan tomar en serio un proceso de democratización de la cultura.

2. La Distorsión de los Intentos de Fomento Cultural Entre las Clases Populares

Durante este siglo ha habido muchos intentos de fomento cultural en América Latina. Podemos mencionar los movimientos indigenista y agrarista en México con sus misiones culturales. Especialmente, en los últimos 30 años ha existido un esfuerzo inmenso de promoción popular muchas veces con el objetivo explícito de fomentar una cultura popular con su propia identidad. Sin embargo, en no pocos casos, estos esfuerzos se han vuelto, explícitamente o como resultado no esperado, promoción de la misma modernización y de la superación individual.

a) Los movimientos de reivindicación y de cambio estructural

El objetivo de muchos de los movimientos populares ha sido orientado principalmente a un mayor acceso al sistema actual de economía, política y participación cultural. Raras veces han buscado otro orden político-económico y con razón, porque cuando los cambios institucionales propuestos han sido demasiado radicales, han sido reprimidos o no han encontrado suficiente apoyo. Su "éxito" ha sido definido en términos de la subida de algunos grupos o individuos más privilegiados en la escala de clases. Vemos, por ejemplo, el fenómeno de desclasamiento de dirigentes campesinos y obreros. Una vez logrado su propio mejoramiento, la solidaridad con la clase popular obrera o con otros oprimidos desaparece.

Los movimientos juveniles idealistas atraen a los jóvenes más agresivos e ilusionados. Su actividad cultural y política les da un desarrollo de sus talentos y una introducción al

pensamiento y modo de vivir de otras clases sociales. Todas las corrientes e instituciones de la sociedad liberal y del sistema hegemónico los conducen a buscar entrada en la clase media. Estos pueden ser los futuros aliados en el sector técnico-urbano pero muchas veces los movimientos les han servido para entrar en el mismo sistema hegemónico. En vez de cultivar un sentido en la creación de la cultura popular, los movimientos han apoyado este sentido.

b) Los Programas de Promoción y Educación Popular

En el mejor de los casos, estos programas ha pretendido mejorar las condiciones de vida a través de la formación de organizaciones populares y de una base de poder popular. Si la iniciativa para estos programas ha surgido de grupos dentro de la clase popular o si los directores del programa son los mismos dirigentes de organizaciones populares con sólo alguna ayuda técnica desde afuera, entonces hay más posibilidad de que los programas reflejen la matriz de la cultura popular. Cuando la iniciativa es principalmente de agentes externos -un caso mucho más común- especialmente cuando los agentes externos son de burocracias oficiales, entonces hay riesgo que los programas sirvan como intento para introducir los patrones de pensamiento y prácticas más adecuadas para la clase media urbana. En este último caso, el riesgo es que los protagonistas quisieran tener cambios muy grandes y demasiado rápidos. El ritmo de crecimiento deja atrás a los participantes.

Esto sugiere que el crecimiento de la capacidad de responder a estos programas tiene que seguir según el ritmo de vida de las clases populares, un ritmo a veces lento, a veces rápido según el proceso estructural. En el fondo, muchos de los programas padecen del "extensionismo", el modelo clásico de difusión y modernización. El gobierno o la agencia privada tiene sus metas definidas (su éxito), y el marco no es la creatividad cultural de las clases populares pero el deseo de imponer una cultura en la gente.

c) Los Medios de Comunicación Social

Ha habido grandes avances en la metodología de la emisora popular, la comunicación grupal y varias formas de comunicación popular en América Latina. Pero es evidente que muchos de estos programas que pretenden ser participativos son, en realidad, diseñados por agentes externos y la iniciativa ha venido desde afuera. Los medios no logran reproducir los espacios culturales que han surgido "naturalmente: los momentos festivos, el humor, el cuento, las conversaciones sobre las preocupaciones cotidianas, los eventos que potencialmente tienen significación y simbolismo político aunque en forma muy incipiente. A veces las emisoras populares, por ejemplo, con sus objetivos educativos y culturales explícitos, son claramente puros instrumentos de la modernización, más instrumentos de modernización que las emisoras comerciales que tienen por objetivo sólo entretener a su clientela y responder a ciertas peticiones de grupos interesados. La radio popular, como cualquier radio, tiene el problema de una programación fija con espacios que los directores tienen

que llenar todos los días. Es más difícil seguir el ritmo de vida de grupos por períodos largos de inactividad y luego momentos de una actividad de inmensa significación cultural. Lo inesperado de estos momentos escapa a los directores de emisoras populares.

d) Autonomía Cultural Para Quienes?

En la Conferencia de México y en todos los debates sobre NOMIC, la propuesta central es defender y promover la autonomía cultural. En cualquier forma esto es una política loable. Pero es preocupante que a veces los estados más interesados son regímenes muy autoritarios y hegemónicos. Buscan una autonomía, más bien, de su propio control de la cultura, sin un proceso de democratización.

e) Promoción Cultural Como Fuente de Turismo

Es notable que muchas veces el Ministerio de Cultura incluya al Departamento de Turismo. La cultura se define como lo folklórico o como bellas artes. Promueven bajo nombre de fomento cultural algunos eventos, grupos de danza o teatro o una reconstrucción arqueológico-histórica, principalmente para atraer turistas. La inversión en infraestructura de transporte, de publicidad, y de facilidades de hoteles está diseñada para el turista extranjero. Hay poca preocupación para que la población del propio país -mucho menos la clase obrera-campesina- vea sus raíces históricas y conozcan la relación entre su historia y la cultura actual. Muchas veces es

la clase pobre que ha creado esta atracción turística y el turismo es más bien una forma de explotación mientras que hay un desprecio entre las élites hacia la misma cultura que ha producido esta fuente de ingresos para ellos.

B Promoviendo Un Proceso Democrático de Creación de Cultura

1. Políticas que Facilitan un Proceso de Autogestión

El modelo normal de fomento cultural es la decisión por parte de grupos del sector técnico-urbano de introducir programas. Por razones políticas y por desconfianza de las capacidades de los grupos populares, no quieren conceder participación en la planificación y dirección a las mismas clases populares. A veces las exigencias fiscales no permiten esta participación.

En cuanto las organizaciones populares surgen más espontáneamente de los espacios culturales de su vida, es más posible que programas introducidos en estas organizaciones, pongan en marcha un proceso de creación de su propia cultura. Estos espacios ofrecen la mejor matriz para programas de educación popular. El problema es que muchas veces estos programas conciben la educación o el mejoramiento técnico en términos muy formales y oficiales. Es difícil para los dirigentes populares establecer una relación entre la cultura de su propio movimiento popular y los programas introducidos. Muchas veces ya existe en estos movimientos un proceso de educación no-formal que ofrece una base de desarrollo. Puede parecer muy primitivo, pero al final de cuentas el crecimiento será

mucho más rápido porque están injertados en sus propias experiencias y conceptos.

Hay muchas experiencias en América Latina que demuestran que la mejor manera de fomentar el desarrollo y sobre todo el desarrollo cultural son programas que empiezan con movimientos espontáneos y luego los programas les conceden la dirección de un programa junto con el dinero para ejecutarlo. Por ejemplo, la promoción y propagación de experiencias como teatro popular, actividades juveniles, centros de prensa popular, e etc., son administrados por los mismos grupos populares. Participantes en estos movimientos, con un poco de capacitación en los momentos y en la forma que lo necesitan, llevan adelante el proceso de educación. Este tipo de fomento cultural surge como otro espacio de creación cultural en la vida de las clases populares. No depende ni antes ni después de una ayuda externa. A veces sólo se necesita un estímulo de motivación externa como concursos o un local/edificio. Si los agentes externos se retiran, el proceso sigue como parte integral de la cultura. Otra ventaja es que este tipo de fomento no requiere tanta inversión de escasos recursos financieros.

2. Medios de Comunicación Social Bajo Dirección Popular

Los medios de comunicación social son uno de los sitios donde la cultura se capta, se expresa en nuevos símbolos y formas narrativas propias al medio, y se abre al debate en el foro público. La institución de radio popular bajo control

de grupos obreros o bajo dirección de la iglesia pero al servicio de los sectores populares está cada vez más definida. En Costa Rica, la experiencia de pequeñas emisoras comunitarias bajo la dirección de la comunidad rural tiene un éxito significativo y sigue fortaleciéndose. También el modelo de los centros de documentación y prensa popular está extendiéndose en algunos países de América Latina. Sin embargo, estas experiencias encuentran una serie de desafíos.

En los casos donde realmente empiezan a ser un foro para las culturas populares, como en el caso de las emisoras indígenas en Guatemala, la emisora está dirigida por los mismos grupos populares. Pero casi todas estas experiencias están buscando la manera de perfeccionar el modelo o modelos de autogestión. Si la emisora pretende ser comunitaria, se presta a una toma por las élites locales o grupos políticos interesados. Muchas de las emisoras de la iglesia han adoptado el modelo de "emisoras popular" y tienen varias formas de participación y, en algunos casos, cierto grado de autogestión, pero estiman que la iglesia debe quedarse como director de la emisora para defender el medio contra acciones arbitrarias del gobierno. A veces no es muy claro cuál es la mejor base de organización popular que puede llevar la gestión de la emisora de una manera realmente democrática y participativa. En todos los casos, habrá necesidad de sistemas de capacitación de los grupos no sólo para administrar medios autogestionados sino, para producir programas radiales o prensa popular con contenidos que expresan su cultura.

Experiencias de medios autogestionados en otras partes del mundo han demostrado que la mejor forma de superar estos problemas es la asociación de los medios autogestionados en federaciones y de establecer sus propios servicios de defensa frente a las autoridades públicas, de perfeccionar los modelos de administración, de capacitación y de financiamiento. Es más, una cuestión de intercambio de experiencias y defensa mutua que montaje de una gran burocracia de servicios.

3. Legislación Favorable y Cambio de Actitudes al Nivel de Administración Pública

Si es cierto que el rol del gobierno es más bien responder y facilitar, todavía es importante el apoyo del gobierno. En el caso de las emisoras, sería necesario tener una legislación que de cierta prioridad para otorgar frecuencias a grupos autogestionados. En Costa Rica, por ejemplo, el Ministerio de Comunicación ha declarado que en el futuro las emisoras comunicativas tendrán prioridad, en la distribución de frecuencias limitadas, sobre las comerciales, estatales y privadas.

Cuando la radiodifusión es un monopolio estatal o de una corporación pública, una actitud favorable a la expresión de culturas populares es importante para que las autoridades abran espacios para la programación producida por los grupos populares o de interés para grupos populares.

En los sistemas educativos, sea la educación por instrucción directa o por algún medio, muchas veces es difícil convencer a las autoridades que la planificación debe tomar en serio la cultura popular. Los libros de texto y los contenidos del curriculum reproducen la "Alta Cultura" o los temas clásicos que tienen muy poca relación con la cultura popular. Para los planificadores de la educación, la cultura popular o la cultura contemporánea es algo superficial y pasajero. Esta actitud se encuentra, por ejemplo, en el rechazo de propuestas para incluir en el curriculum el aprecio y la lectura crítica de la televisión, radio o música popular, aunque estas materias son mucho más importantes en la vida de la gente que la literatura clásica.

4. Fomento del Arte Popular Entre las Clases Populares

Como se mencionó en la reflexión sobre las premisas, en ciertos contextos la experiencia de la creación de la cultura es más intensa y central: en la experiencia artística o en expresiones a través de los medios de comunicación social. Podemos pensar que es muy difícil "fomentar" la experiencia artística con una "política", porque el arte es algo muy personal, espontáneo y con un estilo que siempre está cambiando. Pero casi todos los artistas cuentan que el desarrollo de sus talentos fue animado por el interés de algunas personas y con el apoyo de la comunidad. En la democratización del arte entre las clases populares, el apoyo de este proceso puede tomar varias formas:

a) Promover facilidades para producción y distribución del

- arte popular: facilidades para la imprenta de libros, folletos o pequeños periódicos; producción de cassettes y discos con facilidades para la distribución y comercialización más baratas y sencillas. Esto implica acciones para defender la producción popular contra el control de las compañías transnacionales y sus extensiones al nivel nacional.
- b) Tomar como punto de partida los espacios de experiencias culturales y artísticas que ya existen entre las clases populares: los momentos de fiesta, de agrupaciones para la música, las ocasiones del cuento y del humor, el drama espontáneo y formas de teatro popular. Todas estas experiencias ya son parte de la cultura y surgen naturalmente del contexto de la vida.
- c) Promover la asociación de grupos de teatro popular, de música, de producción radial, etc. Estas asociaciones y federaciones mantienen el arte al nivel de lo alternativo y de lo comunitario. Es decir, los grupos no tienen que tener el sistema comercial como su único refugio y fuente de distribución.
- d) Buscar la valoración del arte popular dentro de la cultura nacional, por ejemplo, con concursos y premios, con la incorporación en los medios públicos y con la apertura de los locales públicos para actos culturales.

4. Mayor Conciencia de la Creatividad Cultural Popular en Instituciones Religiosas, Sindicales, Educativas y Otras Estructuras Semi-Públicas.

Estas instituciones ocupan un lugar muy central en la creación de la cultura popular. Muchas veces están presentes como parte integral de la vida de las clases populares, y en cuanto son organizaciones voluntarias, sus acciones pueden surgir de la misma iniciativa de las clases populares. Una política cultural debe incorporar estas instituciones de alguna manera. Podemos tomar el caso de la institución religiosa y, específicamente, la Iglesia Católica.

a) En el pasado la iglesia y, en general, la expresión de la fe ha fomentado una gran expresión cultural entre las clases populares y hay mucho potencial en este mismo sentido. Siempre ha habido énfasis, con la expresión religiosa, en lo simbólico, lo imaginativo y emotivo, la música y en lo ritual. La misma teología Católica de la encarnación ha subrayado la importancia de la inculturación. Es cierto que la teología neo-escolástica del siglo pasado ha tenido tendencias más bien racionalistas y moralistas. Pero, otra vez, la teología contextual de América Latina empieza a abrir espacios para la religiosidad popular.

b) El II Concilio Vaticano animó la participación de todas las capas de la iglesia en el proceso de decisiones. La descentralización de lo jerárquico y oficial se nota, por ejemplo, en el movimiento de las comunidades eclesiales de base. De hecho, en América Latina, esta dirección del culto y de la expresión de la fe ha sido muy descentrali-

zada. La misma gente de las clases populares dirige las peregrinaciones, los velorios, las fiestas religiosas. El culto es parte de la vida familiar. En esto ha salido una expresión de los sentimientos más profundos del pueblo y es un momento muchas veces muy artístico.

c) El pueblo es muy teológico. se encuentra, por ejemplo, una teología para explicar acciones reivindicativas como recuperación de tierras, una teología de comunidad para expresar la importancia de la solidaridad de las clases populares. La teología de la liberación en América Latina, en sus contenidos, ha surgido de las bases, y el vigor de la teología es su capacidad de recuperar las corrientes de teología popular para sistematizarla e integrarla a la tradición más oficial de la iglesia. El documento de Puebla, por ejemplo, tiene fuerza y poder de motivación en cuanto a sus contenidos son una resonancia y un reflejo de la fe de la gente.

Algunas Conclusiones

El objetivo en este tipo de reflexiones es buscar una metodología más sistemática para crear una política cultural a nivel nacional y una política que respete las acciones democráticas del pueblo. Algunas dimensiones de esta política pueden incluir lo siguiente:

1. Partir de los espacios de creatividad cultural que ya existen entre las clases populares, sean estos espacios militantes para el cambio o más bien un intento de expresarse sin molestias.
2. Una valoración de estas experiencias y espacios tanto por las mismas clases populares como por las capas oficiales.
3. Fomento de una organización autogestionada y federaciones más grandes para que las mismas clases populares puedan sostener y defender sus acciones.
4. Ofrecer una estructura legal, una apertura en las instituciones oficiales, hacia la cultura popular como parte del patrimonio cultural del país. A veces este apoyo oficial debe incluir el financiamiento, pero la mejor forma es otorgamiento de financiamiento a las mismas organizaciones autogestionadas. Sobre todo, los medios de comunicación social deben abrirse a expresiones de cultura popular.

Como se mencionó antes, la cultura es, en sí misma, democrática. Todas las culturas nacionales, en sus momentos más vitales, han surgido de las experiencias populares. Las "bellas artes" y otras expresiones más oficiales son el resultado de la recuperación y sistematización de estas experiencias populares. Una política cultural es sólo el reconocimiento de este proceso.

Referencias

- (1) UNESCO. World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 26 July - 6 August, 1982: Final Report. París: UNESCO, 1982, p. 8
- (2) Wallis, Roger and Krister Malm. Big Sounds from Small Peoples: The Music Industry in Small Countries. London: Constable and Company Ltd. 1984
- (3) UNESCO. World Conference on Cultural Policies. p. 8
- (4) Breen, Myles and Farrel Corcoran. "Myth in the Television Discourse" in Communication Monographs, Vol. 49, June, 1982, pp. 127-136.
- (5) Silverstone, Roger. The Message of Television: Myth and Narrative in Contemporary Culture. London: Heineman Educational Books, 1981
- (6) UNESCO World Conference on Cultural Policies, p. 9.
- (7) Hamelink, Cees. Cultural Autonomy in Global Communications: Planning National Information Policy. New York: Longman, Inc. 1983, pp. 1-2.
- (8) UNESCO. World Conference on Cultural Policies, p. 9.
- (9) Jesús Martín Barbero. "Pueblo y masa en la cultura: de los debates y los combates" Conferencia sobre cultura popular en América Latina, Columbia University, New York, 10-13 Abril, 1985.

(10) Newcomb, Horace and Robert S. Alley. The Producer's medium: Conversations with Creators of American TV. New York: Oxford University Press, 1983.

(11) García Canclini, Nestor. "Cultura Transnacional y Culturas Populares: Bases teórico-metodológicas para la investigación". Seminario Latinoamericano sobre Cultura Transnacional, Culturas Populares y Políticas Culturales. Bogotá, 17-21 de Junio, 1985, p. 40.

(12) Peirano, Luis y Abelardo Sánchez León. Risa y Cultura en la Televisión Peruana. Lima: DESCO, 1984.

CENECA es una Corporación Privada sin fines de lucro que fue creada en 1977. Su objetivo básico es contribuir – desde una perspectiva democrática – al conocimiento y desarrollo de la sociedad chilena en su dimensión cultural. Con este propósito realiza tareas de investigación, animación y capacitación (tanto en Santiago como en provincias) en distintas áreas de la cultura y de las comunicaciones.

CENECA
Santa Beatriz 106
Fono 43772
Santiago de Chile