

Ferran Cabrero, coordinador

I Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural

Hacia un diálogo de saberes para el buen vivir y
el ejercicio de los derechos culturales

Selección de ponencias



FLACSO
ECUADOR

Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural “Hacia un diálogo de saberes para el buen vivir y el ejercicio de los derechos culturales” (I : 2011 : sep. 22-24 : Quito)

Hacia un diálogo de saberes para el buen vivir y el ejercicio de los derechos culturales / coordinado por Ferran Cabrero. Quito : FLACSO, Sede Ecuador, 2013

544 p. : cuadros, diagramas, fotografías y gráficos

ISBN: 978-9978-67-381-2

GESTIÓN CULTURAL ; ECUADOR ; POLÍTICA CULTURAL ; DESARROLLO CULTURAL ; DIVERSIDAD CULTURAL ; PATRIMONIO CULTURAL ; CULTURA .

353.7 - CDD

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador

La Pradera E7-174 y Diego de Almagro

Quito-Ecuador

Tel.: (593-2) 323 8888

Fax: (593-2) 323 7960

www.flacso.org.ec

ISBN: 978-9978-67-381-2

Cuidado de la edición: Santiago Rubio - Paulina Torres

Diseño de portada e interiores: FLACSO

Imprenta: V&M Gráficas

Quito, Ecuador, 2013

1ª. edición: febrero de 2013

El presente libro es una obra de divulgación y no forma parte de las series académicas de FLACSO-Sede Ecuador.

Índice

Presentación	11
Agradecimientos	12
Preámbulo	15
<i>Eduardo Puente Hernández</i>	
Introducción	
Gestión cultural para el buen vivir en el Ecuador	17
<i>Ferrán Cabrero</i>	
I. Buen vivir y políticas culturales	
Las cambiantes concepciones de las políticas culturales.	29
<i>Hernán Ibarra</i>	
Las políticas culturales y el buen vivir.	39
<i>Erika Sylva Charvet</i>	
Estrategias para la gestión del desarrollo cultural en el Ecuador	57
<i>Adrián de la Torre Pérez</i>	
Sumakawsay es la cultura de la vida	67
<i>Atawallpa M. Oviedo Freire</i>	

A la búsqueda del <i>Ki-tu</i> milenario: El “Reyno de los colibríes”	75
<i>Diego Velasco Andrade</i>	
Estrategias de diversidad en los Andes	89
<i>Dimitri Madrid Muñoz</i>	
Acción cultural exterior: breve análisis del caso ecuatoriano	105
<i>Elizabeth Guevara</i>	
Políticas y proyectos institucionales de la UNESCO en el ámbito de la gestión cultural	123
<i>Enrico Dongiovanni</i>	
La planificación sociocultural en el Ecuador	129
<i>Eduardo Hugo Jaramillo Muñoz</i>	
El patrimonio arqueológico en el Ecuador y sus perspectivas	149
<i>Francisco Germánico Sánchez Flores</i>	
Gestión cultural de la Casa en un nuevo escenario	159
<i>Gabriel Cisneros Abedrabbo</i>	
La gestión cultural en el marco de los fondos culturales: el caso de las organizaciones juveniles en Quito	165
<i>Andrea Madrid Tamayo</i>	
 II. Memorias y patrimonios	
Sobre el Ministerio Coordinador de Patrimonio	177
<i>Juan Carlos Cuéllar</i>	
La recuperación de la memoria histórica como medio de desarrollo socio cultural y el papel de la gestión cultural en este proceso	185
<i>Gina Maldonado Ruiz</i>	
El Complejo Cultural Real Alto: gestión cultural en adverbio de tiempo, lugar y modo en la costa ecuatoriana	193
<i>Silvia G. Alvarez</i>	

Trayectoria del debate patrimonial y aproximaciones a la gestión del Patrimonio Cultural Inmaterial.	213
<i>Gabriela Eljuri Jaramillo</i>	
El patrimonio musical y poético afro-esmeraldeño	223
<i>Lindberg Valencia Zamora</i>	
La cultura montubia, su oralidad y su gestión.	235
<i>Alexandra Cusme</i>	
El chulla quiteño: la patrimonialización de un imposible	249
<i>Marlon Cadena-Carrera</i>	
El patrimonio, una estrategia política hegemónica: el caso de Cuenca.	257
<i>Mónica Mancero Acosta</i>	
 III. Artes y producción	
El arte como proyecto de resistencia a la dependencia poético-tecnológica	267
<i>María Elena Cruz Artieda</i>	
Arte, artesano, artesanía: las manos hábiles de la patria	273
<i>Luis Nieto Aguilar</i>	
Reflexiones sobre la producción de las artes escénicas	281
<i>Marina Chávez</i>	
Apuntes sobre educación artística	287
<i>Julia Mayorga</i>	
Universidad y ciudadanía	299
<i>Jorge Hugo Massucco</i>	
Bibliotecas universitarias y desarrollo cultural.	305
<i>Myriam Quinteros C.</i>	

Nuevos centros culturales para el Distrito Metropolitano de Quito	315
<i>Sara Serrano</i>	

IV. Diversidades y culturas

Aprendizajes significativos y buenas prácticas de interculturalidad	329
<i>Patricio Sandoval Simba</i>	

El ejercicio de los derechos colectivos y culturales: el caso del periodismo indígena	343
<i>Gema Tabares</i>	

La chakra andina desde la cosmovivencia del pueblo kichwa kañari-Ecuador	355
<i>Luis Antonio Alulema Pichasaca -William Xavier Guamán Encalada</i>	

El <i>tupu</i> como manifestación de la cultura popular de la comunidad de Saraguro y como elemento simbólico	361
<i>Claudia P. Cartuche</i>	

La cultura y la buena gestión cultural contribuyen al crecimiento humano sostenible: cuatro experiencias de gestión cultural	369
<i>Milvia León</i>	

La Mesa Ciudadana de Cultura en el MDMQ: un espacio de participación colectiva por el derecho al uso del espacio público y el fortalecimiento de la cultura popular	381
<i>Amapola Naranjo</i>	

Desde el rock, una mirada hacia la reapropiación del espacio público. La gestión cultural y la participación de colectivos urbanos de espacios para la cultura	395
<i>Marcelo Negrete Morales</i>	

Caminos de San Roque: diálogo y cotidianidad para una estrategia política	403
<i>Paola de la Vega Velastegui</i>	

V. Testimonios

Proceso de la comunidad educativa intercultural Tránsito Amaguaña en el Sur de la ciudad de Quito	417
<i>Irma Gómez</i>	
Espacios públicos	429
<i>Martha Sofía Vargas S.</i>	
Salmagundi presenta...: posibilidades, dificultades y oportunidades en la producción y gestión cultural de la zona centro del Ecuador	437
<i>Rodrigo “Jovani” Jurado</i>	
El escenario social de las artes y el Colectivo “Cosas Finas”	445
<i>Oscar Naranjo Huera (Oskan)</i>	
Vamos a la Toma de la Plaza	449
<i>Irina Verdesoto</i>	
Una ‘trinchera’ para la gestión y producción de artes escénicas	459
<i>Nixon García Sabando</i>	
Reflexiones sobre nuestra experiencia en la gestión y producción de artes escénicas	465
<i>Rocío Reyes Macías</i>	
Resistir no es suficiente: una mirada desde la vida de un grupo de teatro laboratorio	471
<i>Patricio Vallejo Aristizábal</i>	
Gestor cultural: revisión de caminos	479
<i>Rubén Guarderas Jijón</i>	

Conferencia magistral

Hacia una agenda local de las industrias culturales y la creatividad	487
<i>Félix Manito y Montserrat Pareja-Eastaway</i>	

Epílogo

Todas las industrias y consumos son culturales. Crítica de las ideas de <i>industrias culturales y consumo cultural</i> para abrir nuevas posibilidades de investigación e intervención.	527
<i>Daniel Mato</i>	

Coda

El primer observatorio ciudadano de cultura del Ecuador.	531
<i>Fabián Saltos Coloma</i>	

Epílogo:

Todas las industrias y consumos son culturales. Crítica de las ideas de *industrias culturales* y *consumo cultural* para abrir nuevas posibilidades de investigación e intervención¹

Daniel Mato*

Desde hace décadas, las categorías *industrias culturales* y *consumo cultural* juegan un papel significativo en numerosas publicaciones, en varios idiomas, así como en diversas prácticas profesionales desarrolladas en muchos países. Sin embargo, estas categorías acarrearán problemas que hacen necesaria su revisión crítica.

En mi estudio procuraré llamar la atención acerca de cómo el uso de estas categorías obstaculiza y/o condiciona seriamente algunas posibilidades tanto de investigación como de intervención, y cómo someterlas a revisión crítica permite abrir nuevas posibilidades tanto de investigación, como de gestión.

Destacar el atributo *cultural* de algunas industrias y consumos, por vía de contraste, conduce a ocultar la relevancia cultural de todas las demás industrias y consumos. Esto tiene efectos tanto en el ámbito de la investigación, en el cual obstaculiza el estudio de otras industrias y consumos desde perspectivas culturales, como en el de las políticas públicas y la gestión cultural.

Aunque existen casos excepcionales, usualmente estas categorías se aplican a ciertos tipos de industrias en específico y al consumo de sus produc-

1 Versión breve de mi artículo "Todas las industrias son culturales. Crítica de la idea de industrias culturales y nuevas posibilidades de investigación" (publicado en la revista *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, N.º 8) especialmente preparada para ser presentada en la inauguración del I Congreso Ecuatoriano de Gestión Cultural, Quito, 22 al 24-09-2011.

* CONICET-Universidad Nacional Tres de Febrero. Buenos Aires, Argentina.

tos. Este universo usualmente incluye las siguientes industrias y consumos relacionados: publicaciones impresas y electrónicas (incluyendo periódicos, libros, revistas, afiches, tiras cómicas, etc.), radio, cine, video (incluyendo juegos), fotografía, música (incluyendo espectáculos, grabación e impresión), televisión, publicidad, e Internet (páginas *web*, portales). En algunos casos, la idea de *industria cultural* se utiliza para incluir ampliamente los medios de comunicación masiva y algunas industrias del entretenimiento y espectáculo, pero no todas, ya que, por ejemplo, no suele incluirse a la *industria* del espectáculo deportivo. Algunas de las visiones más abarcadoras de la idea de *industrias culturales* incluyen el turismo, otras no. Pero otras industrias o actividades humanas susceptibles de ser consideradas como *industrias* usualmente no se incluyen bajo la categoría *industrias culturales*. Entre las exclusiones más significativas en este respecto cabe mencionar no solo industrias como la del juguete, el automóvil, el vestido, la comida rápida, cuyo carácter eminentemente cultural he examinado brevemente en el artículo publicado en *Comunicación y Sociedad*, sino también muchas otras, como, por ejemplo, la de la salud, la farmacéutica, la de cosméticos, la de alimentos (no solo la ‘comida rápida’), bebidas, la de la cooperación internacional a la que haré solo breve referencia en este texto pero que he analizado más ampliamente en publicaciones anteriores, entre otras.

De manera un tanto diferenciada, la idea de *consumo cultural* suele aplicarse no solo al consumo de los productos de las industrias llamadas *culturales*, sino también a otros tipos de *consumo*, como, por ejemplo, visitas a museos de historia, arqueología, antropología, ciencias y tecnología, arte, artesanías y *cultura popular*; visitas a galerías de arte; asistencia a conciertos y obras de teatro, visitas a sitios arqueológicos, históricos y de valoración similar, entre otros. En otras palabras, la idea de *consumo cultural* suele tener un ámbito de aplicación más amplio que la de *industrias culturales* aunque, aún así, todavía bastante limitado.

Por ejemplo, no suele imputarse como *cultural* el consumo de alimentos, indistintamente de que éstos sean producidos industrial o artesanalmente, sean de tipo masivo y estandarizado, sean *tradicionales* de algún país en particular, o *típicos* de algún cocina, por exótica que esta sea. Lo mismo puede decirse del uso del vestido, incluso haciendo los mismos matices que con respecto a la comida, y otros más. Entonces surgen algunas preguntas:

¿por qué el pararse frente a una vitrina de un museo a observar un vestido senegalés se considera un *consumo cultural*, pero vestir una prenda o accesorio de Senegal no sería considerado un *consumo cultural*? O bien, ¿por qué asistir a un Festival de China se consideraría un *consumo cultural*, pero preparar y degustar comida china en la propia casa, o bien consumirla en un restaurant, no habría de serlo? ¿Porqué habrá de ser cultural asistir a una exhibición sobre el maíz en la historia de los pueblos americanos, sus usos y modos de industrialización, y no habría de serlo producir, o comer, maíz, o comidas y bebidas elaboradas con maíz? Así, podríamos formular preguntas semejantes respecto de otros productos y orígenes.

En fin, podría continuar presentando muchos otros ejemplos que nos llevan a cuestionar tanto la pertinencia y fertilidad de la categoría *industrias culturales*, como la de su asociada, aunque diferenciada, *consumo cultural*.

Quisiera prevenir con respecto a un posible malentendido: de ningún modo estoy diciendo *todo es cultura*. Lo que estoy diciendo es que toda práctica social, proceso productivo, acto de consumo, es susceptible de ser analizado desde un punto de vista cultural. Es decir desde un punto de vista que ponga especial atención a la creación, circulación, apropiación y recreación de *sentido*. Cualquier industria o consumo puede ser analizado desde un punto de vista cultural, como puede serlo también desde un punto de vista económico, o desde el de cualquier otra disciplina. Ninguna industria o consumo es económico *per se*, o cultural *per se*. Todas las industrias y consumos, involucran aspectos que resultan significativos tanto desde el punto de vista económico, como desde el punto de vista cultural. Por tanto, es necesario estudiarlas y gestionarlas teniendo en cuenta ambas dimensiones analíticas a la vez, de manera articulada.