

Apuntes para un modelo de comunicación y gestión cultural para la (in)formación, discusión e intercambio

Addy Elizabeth Cauich Pasos¹
[@mtrakawachi]

Resumen

Una gran parte de la difusión del arte y la cultura en México (y en el mundo) se basa en modelos deficitarios y asistencialistas. Dichas propuestas giran en torno a una figura de autoridad (un curador, un crítico de arte, un investigador o algo tan intangible como una institución cultural) que “educa a una sociedad en desventaja”. En el otro extremo del panorama se encuentran los mal llamados “circos mediáticos” que aunque para muchos responsables de las instituciones culturales resulten una solución a sus problemas de visibilidad solo consiguen acarrear una masificación de visitantes que continúa alimentando sus parámetros de éxito autoimpuestos. ¿Es esta la evolución a la que responden a partir de la sociedad permeada por las hipermediaciones? Si bien es cierto que las redes sociales se han convertido en un canal multiplicador de sus acciones adaptarse a los cambios sociales y tecnológicos los gestores culturales necesitan también tomar como base el estudio de sus públicos, intereses y puntos de conexión. Encontrar un punto de equilibrio entre el objetivo clásico de la conservación de la memoria y la creatividad necesaria en la renovación y en la promoción del desarrollo cultural del público es sin lugar a dudas un reto por resolver.

Todavía más difícil resulta dibujar el escenario alrededor del arte moderno y contemporáneo ya que se encuentran diversos estereotipos que fomentan una distancia con el espectador. En este caso la percepción social de la producción artística reciente resulta poco favorecedora y aunada a ella los esquemas institucionales que consideran que “a la mayoría” le gusta lo familiar, lo pedestre y lo fácil solo promueven un distanciamiento cada vez mayor.

¿Cómo romper el estereotipo de que el arte contemporáneo (de ruptura, abstracto, neofigurativo, experimental) es disfrutable/entendible? Es una de las interrogantes que se pretende responder mediante un análisis de modelos de comunicación y gestión cultural para promover el diálogo entre especialistas de la materia, quienes se inician en el campo o consumidores culturales.

Enlaces

- <http://www.macay.org>
- <http://www.investigacionlaruptura.org> [En actualización]. Para una descripción del proyecto ver <http://goo.gl/vdtP8F>.
- Redes sociales institucionales
 - Facebook: MACAY
 - Twitter e Instagram: @museo_macay
 - YouTube: TV MACAY

¹ (Mérida, 1985). Psicóloga por la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) y Maestra en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). En la actualidad forma coordina las actividades del Centro Virtual de Documentación e Información (CEVIDI) de la Fundación Cultural Macay, A.C.

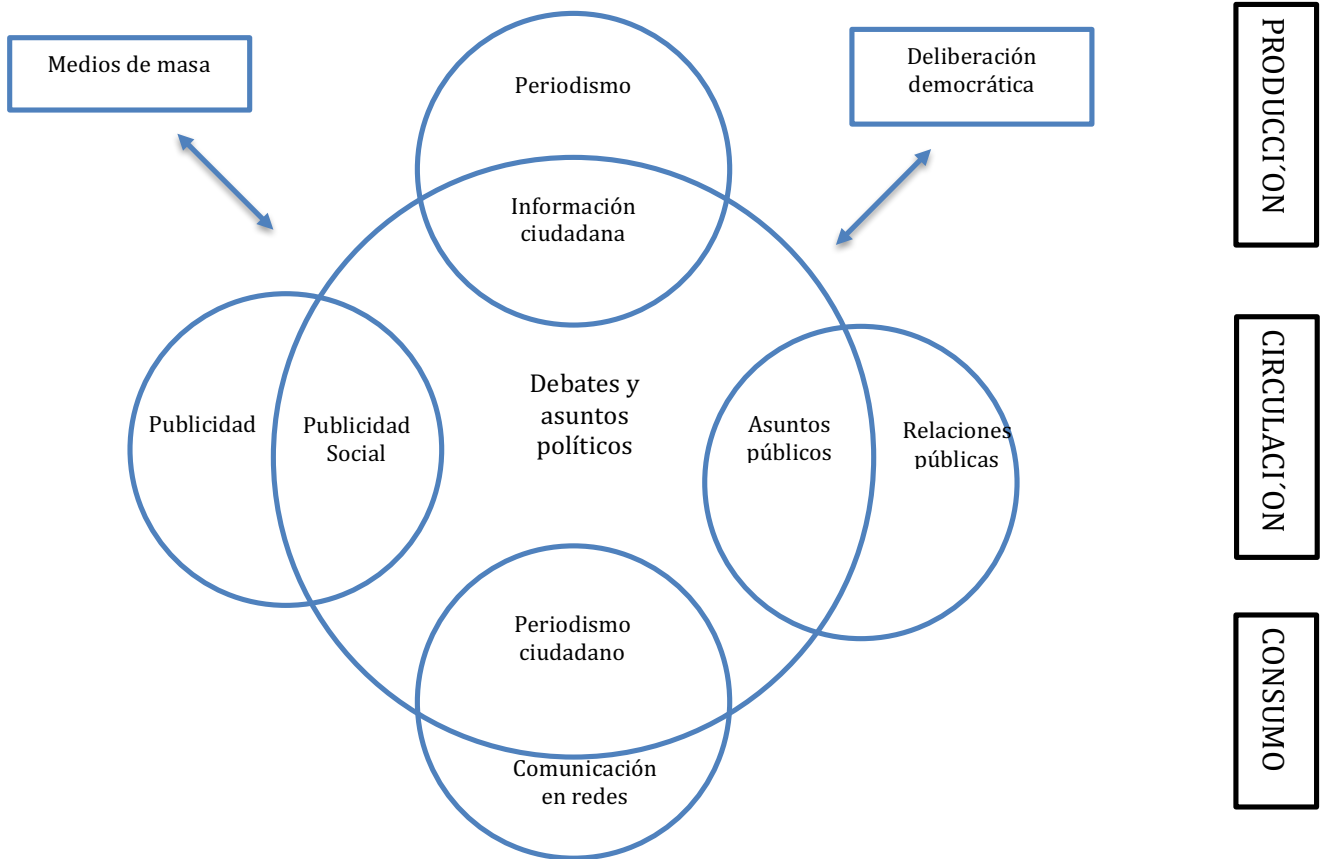
I. PUNTO DE PARTIDA

En diversas publicaciones se ha hecho mención de los pilares de la Gestión Cultural, a saber: investigación, conservación y difusión (Martín, 2007). Sin ánimos de otorgarles un valor o un peso específico centro el presente escrito en el último soporte mencionado, ya que se trata de una materia que me ha ocupado en los últimos años de mi ejercicio profesional. Pretendo proponer algunas claves para una reflexión crítica de la práctica de la gestión cultural en el país. Más allá de enfrascarme en una discusiones bizantinas pretendo utilizar como crisol a la comunicación pública para (re)pensar la relación de dichas manifestaciones con la sociedad mexicana contemporánea.

La comunicación pública abarca tres conceptos que son utilizados a menudo de manera indistinta (ver tabla 1) e incluye a su vez al conjunto de instituciones, estructuras mediadoras y prácticas socioculturales a través de las cuales se produce, circula y reproduce socialmente el sentido (conocimiento y disposición para la acción) con respecto al patrimonio cultural (Ver figura 1).

Tabla 1. Diferencias entre difusión, divulgación y diseminación

	Descripción	Sentido primario	Ejemplos
Difusión	Comunicación (horizontal) entre pares por motivos profesionales o intereses específicos Parte del supuesto que el destinatario de un mensaje conoce el tema, aunque no sea experto.	Derramar o desparramar libremente	Memorias de Coloquios y Seminarios Artículos de investigación o textos críticos
Divulgación	Comunicación (vertical) a un público formado por personas de muy distinta preparación. Se incluye la comunicación entre creadores de otras disciplinas Los mensajes son elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes comprensibles a la totalidad del universo perceptor disponible	Vulgarizar y hacer la cultura accesible al público	Periodismo cultural
Diseminación	Comunicación entre perceptores selectivos y restringidos Envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados	Sembrar selectivamente en el lugar más apropiado	Sistemas de información cultural



Con base en: Demers & Lavigne (2007)

Figura 1. La comunicación pública

Como puede apreciarse en la anterior figura la comunicación pública es un proceso complejo y altamente dependiente del contexto en el que se inscriben las prácticas de producción, circulación y consumo del sentido. Aunque dicha complejidad hace referencia a una amplia variedad de contenidos, estrategias, formatos, valores, propósitos y funciones existen diferentes aproximaciones, a saber (Ver tabla 2):

El **modelo deficitario** considera que existen niveles básicos de cultura que son elementales para lograr adhesión, simpatía y apoyo a la causa artística. Así, la cultura se erige como el diseminador activo y la fuente que gestiona el significado de “lo artístico”. En este enfoque el flujo de información es representado como unidireccional y vertical: de la comunidad de expertos (fuente competente y legitimadora del conocimiento) a la audiencia leiga (entidad receptora indistinta que, por definición, ignora ese conocimiento). En este modelo se considera para lograr una mejor comprensión pública se debería incrementar la cantidad y calidad de los contenidos culturales en los programas educativos, la cobertura de la cultura en los medios de comunicación, y el interés de los creadores (y los gestores culturales) por divulgar al “gran público” sus procesos creativos. Algunas de las principales críticas de este modelo son:

CONGRESO ONLINE DE GESTIÓN CULTURAL 2016

- Orientación asistencialista y pedagógica
- ¿Quién decide (y cómo lo hace) los conocimientos relacionados con la cultura que debe poseer un ciudadano para apreciar manifestaciones culturales y artísticas?
- La cultura en muchas ocasiones es utilizada como un recurso de acción política el discurso político
- Unidireccional: el conocimiento fluye de los expertos al “público profano”

El modelo democrático apela a que la dificultad comunicativa entre la cultura y la sociedad no se debe únicamente a una carencia cognitiva inherente en el público, sino a la ausencia de un verdadero sistema de democracia deliberativa que limita su participación ciudadana en los asuntos culturales que le afectan (Botero Montoya & Galvis Ortiz, 2009). Los defensores de este enfoque explican que la raíz del problema se encuentra en la desconfianza (o desinterés) de las decisiones que en materia de cultura y arte asumen en su nombre los actores institucionales.

Por su parte el **modelo contextual** (o déficit complejo) reconoce que los individuos no responden a la información como simples depósitos vacíos y se enfoca en las circunstancias particulares (contexto social) de los destinatarios de la información cultural, incluidas sus creencias y conocimientos tácitos (Wynne, 1991). En un nivel práctico este modelo provee orientación para construir mensajes acerca de la cultura que sea relevante para los individuos en su contexto particular. Este modelo termina siendo una versión sofisticada del modelo deficitario, porque el propósito de “culturizar a los ciudadanos” se conserva.

Tabla 2. Un marco multimodal de la comunicación pública

Modelo de comunicación	Énfasis	Versión dominante	Objetivos	Contexto ideológico
Transferencia Popularización [De una forma y uno a la vez]	Contenido	Déficit	Transferencia del conocimiento	Pedagogía cultural
Consulta Negociación [Dos formas, iterativo]	Contexto	Diálogo	Discutir las implicaciones del arte y la cultura	Responsabilidad social
Co-producción del conocimiento [Multidireccional, abierto]	Contenido y contexto	Participación	Establecer los objetivos y moldear una agenda cultural	Democracia y ciudadanía cultural

Es importante destacar que existen dificultades para evidenciar estos modelos en su forma simple y lo más frecuente es encontrar experiencias en las que estos se combinan o se superponen.

II. APUNTES DE UN PAR DE EJEMPLOS ACTUALES

Teniendo como marco la celebración de veinte años de trabajo, la Fundación Cultural Macay, A.C. a través del entonces Museo de Arte Contemporáneo Ateneo de Yucatán, recibió el honor por parte del Gobierno del Estado de Yucatán de convertirse en el “Foro del Movimiento de la Ruptura”. Este homenaje permanente redirigió sus actividades hacia la concentración, interpretación, extensión y difusión de la información y conocimiento alrededor de una de las etapas más trascendentales en la historia del arte mexicano del siglo XX.

Como parte de este nuevo discurso, la Fundación Cultural Macay A.C. enfocó sus esfuerzos en continuar su labor de comunicación del arte moderno y contemporáneo dentro y fuera de sus muros a través de propuestas que incluyen medios como la televisión², la radio³, la prensa escrita⁴ y los medios digitales⁵. En este último rubro destaca la incorporación de una importante selección de la colección del Museo Fernando García Ponce en el **Art Project**, una colaboración entre Google y diferentes museos del mundo que tiene como principal objetivo promover el acceso al arte contemporáneo a un público más amplio. De manera más reciente se encuentra el proyecto de creación del **Centro Virtual de Documentación e Información (CEVIDI)**, instancia especializada que se constituye como un referente obligado, actualizado, confiable y eficaz en las actividades de investigación, enseñanza y comunicación pública de la Generación de la Ruptura. Además de reunir un importante acervo bibliográfico en el que destacan primeras ediciones y materiales descatalogados, el CEVIDI mantiene una plataforma en línea libre que explora a detalle los antecedentes, integrantes, catalizadores y ecos de la Ruptura. Dicha instancia en la actualidad se avoca a la formulación de un proyecto editorial que contemple la evolución a modelos participativos que promueven la creación de espacios de reflexión basados en vinculación, colaboración e intercambio (Ver tabla 3 y figura 2).

Tabla 3. *Hacia un modelo alternativo de comunicación pública*

Enfoque tradicional	Una propuesta
Informar	Consenso
Traducir	Diálogo
Emitir	Mediaciones
Medios masivos	Diseño de políticas y estrategias
Cuestión de especialistas	Trabajo colaborativo

Adaptación de Massoni (2013)

² Tv Macay <<http://www.youtube.com/tvmacay>> presenta La Hora Cultural Macay, una producción original del Museo que inició en 1999, y contenidos especializados en arte contemporáneo.

³ Arte Conexión <<http://macay.org/radio>>se transmite desde el año 2000 con la intención de promover las actividades del museo y difundir los trabajos y proyectos artísticos que enriquecen el universo del arte.

⁴ El Macay en la cultura <<http://www.macay.org/prensa>>es una columna semanal que se publica en uno de los principales periódicos de la Península y que se dedica a la difusión del arte moderno y contemporáneo, así como de las actividades y proyectos que realiza la Fundación Cultural Macay.

⁵ Se incluyen actividades de social media como el #TourXTwitter <<https://goo.gl/BBey1m>> y herramientas digitales como la audio guía y las guías para padres y maestros <<http://macay.org/p/14/visitas-guiadas>>.

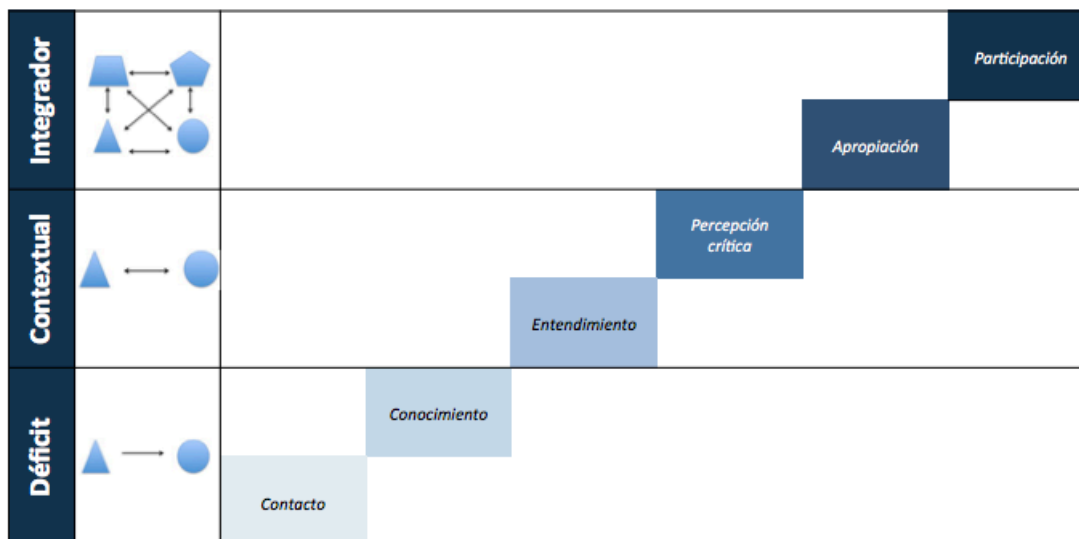


Figura 2. Modelos de comunicación y objetivos

Sin lugar a dudas estas experiencias nos han permitido analizar el valor añadido de las herramientas tecnológicas y de la transformación del consumo de productos culturales, y por tanto, el acceso al arte y a la cultura. Como instituciones culturales resulta indispensable evolucionar hacia estas nuevas formas de consumir, crear y compartir la cultura y encontrar un punto de equilibrio. Algunos de los retos a los que nos enfrentamos en la formulación de esta propuesta tienen como raíz los estereotipos existentes alrededor del arte moderno y contemporáneo. Por una parte la percepción social de la producción artística reciente resulta poco favorecedora (v.g. García-Doménech, 2014). Aunado a esto diversos esquemas institucionales consideran que “a la mayoría” le gusta lo familiar, lo pedestre, lo fácil y que solo responden a los “circos mediáticos”. Respecto a este último aspecto considero que aunque las redes sociales se han convertido en un canal multiplicador de las acciones de las instituciones culturales es necesario encontrar un punto de equilibrio entre los anteriormente citados pilares de la gestión cultural.

El segundo ejemplo del balance entre el objetivo clásico de la conservación de la memoria y la creatividad necesaria en la renovación y en la promoción del desarrollo cultural del público fue llevado a cabo en las últimas fechas en el Museo del Palacio de Bellas Artes (Ver figura 3).



Figura 3. Los Contemporáneos y su tiempo (y sus bots)

Mediante 11 Bots de Facebook el recinto ofreció un espacio más de 3 mil usuarios activos que realizaron 85 mil interacciones⁶. Además se organizaron actividades presenciales y contenidos especiales que les permitió explotar al máximo los recursos disponibles (Ver figura 4).

Integrador ●	Interacción muchos a muchos (Recorridos Ciudad de México)	Bots Facebook
Contextual ●	Interacción muchos a muchos (Vía Mesas de Debate)	Plataforma <i>de contenidos</i> Página Web
Déficit ●	Interacción uno a muchos (Conferencias)	Selección Spotify
Nivel 0 ●	Interacción cara a cara (Visita Museo)	Medios gráficos <i>generales</i>
Complejidad interactiva	Eventos	Medios directos

Figura 4. Dos estrategias de comunicación de la ciencia

⁶ Los Contemporáneos conversan en Facebook, vía Milenio <http://goo.gl/p6r1xu>

REFERENCIAS

- Botero Montoya, Luis Horacio & Galvis Ortiz, Carlos Ortiz (2009). *Comunicación pública. Repensar la comunicación para la democracia*. Colombia: Universidad de Medellín.
- Demers, François & Lavigne, Alain (enero-junio 2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y sociedad*. Nueva época Núm. 7. Pp. 65-87.
- García-Doménech, Sergio (2014). Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea. *Arte, individuo y sociedad*. 26 (2). Pp. 301-306.
- Ladrón de Guevara Muñoz, Liliana (20 de diciembre de 2010). La Comunicación Pública como herramienta democrática. *Revista DirCom*. Recuperado de <http://goo.gl/1KdF5H>.
- Martín Guglielmino, Marcelo (2007). La difusión del patrimonio. Actualización y debate. *E-rph. Revista de Patrimonio Histórico*. Recuperado de <http://goo.gl/oSmBSo>.
- Massoni, Sandra (2013). Metodologías de la comunicación estratégica, del inventario al encuentro sociocultural. Argentina: Ediciones Homo Sapiens.
- Wynne, Brian. (1991). Knowledges in Context. *Science, Technology & Human Values*, 16 (1): 111-121.