



## Una fábrica abierta para el diálogo

### APUNTES PARA UNA FILOSOFÍA DE LA “RED DE CENTROS CULTURALES DE AMERICA Y EUROPA”

Por: Friedhelm Schmidt-Welle  
(Instituto Ibero-Americano, Berlín, Alemania)

Los centros culturales se ubican en una especie de “no lugar” o en un lugar a medias entre muchas instituciones y sus respectivos conceptos o programas culturales. Organizamos exposiciones, pero no somos museos, muestras de cine, pero no somos cines, teatro y danza sin convertirnos en teatros, lecturas sin ser cafés literarios, coloquios y ponencias científicas sin convertirnos en universidades, y muchos de los centros culturales tienen una vasta colección de libros sin convertirse exclusivamente en bibliotecas, o publican libros sin ser por eso una editorial. En vistas de esta constitución “híbrida” de los centros culturales y sus diferentes contextos socio-políticos y culturales, parece casi imposible encontrar *una* filosofía y *un* concepto que caracterice a todos estos centros. En el contexto de la recién fundada *Red de Centros Culturales de América y Europa* y sus diferentes grupos de trabajo,<sup>1</sup> el bosquejo sobre la filosofía y los conceptos de los centros culturales que sigue no pretende, entonces, encontrar una sola filosofía que sea válida para todos los centros organizados en la *Red*. Se trata, más bien, de un ensayo que intenta encontrar puntos comunes que podrían guiar nuestra posible cooperación en y como red de centros culturales.

#### **Ventajas y desventajas de la constitución “híbrida” de los centros culturales.**

Para ocuparse de la filosofía, los conceptos y las perspectivas de una red de centros culturales, ante todo habrá que considerar las ventajas y desventajas de la constitución “híbrida” de los mismos. Quisiera comenzar con un breve repaso de las desventajas.

La primera es la dificultad de adquirir ciertas formas de experiencia y saberes institucionales necesarios para llevar a cabo las tareas de un centro cultural. Este es el caso, por ejemplo, de ciertas tecnologías, pero también sucede en el manejo de trabajos específicos de las instituciones “unidimensionales”<sup>2</sup> (museo, teatro, cine, etc.) por personal no específicamente formado para este tipo de trabajos –o formado para todos ellos un poco. Para dar un ejemplo: ¿quién sabe cómo se maneja el préstamo de una obra de arte –con los problemas específicos de su transporte, el seguro, la tecnología de iluminarlo

---

<sup>1</sup> Véase las conclusiones del “Segundo Encuentro de Centros Culturales de América y Europa” llevado a cabo en Buenos Aires en Septiembre de 2003.

<sup>2</sup> La palabra “unidimensional” no incluye ningún juicio sobre el tipo de trabajo cultural que se realiza en estas instituciones, solamente indica que ellas se dedican exclusivamente o casi exclusivamente a la representación de una sola rama de las artes (pintura, teatro, cine, etc.).

bien en el lugar de la exposición, cuestiones de la restauración y conservación, etc.- sin ser historiador o restaurador de arte? En muchos casos, y tanto por la falta de infraestructura como por las de poder financiar los respectivos especialistas, tenemos que convertirnos en expertos de todos los campos culturales. En el peor de los casos, esto significaría convertirnos en expertos de todo y nada, es decir, aceptar francamente la necesidad del *avanti dilettanti*. En el mejor de los casos, podemos conseguir los especialistas para estos trabajos fuera del centro cultural, lo que es una, pero no la única de las razones para la curaduría externa que practican varios centros culturales. Pero esto también tiene su desventaja: es una carga más sobre el presupuesto.

Otra desventaja es la posible imagen pública de los centros culturales como un colmado o almacén cultural en que cabe todo lo que tiene que ver de alguna manera con la cultura en el sentido más amplio de la palabra. Esta es, sobre todo, una desventaja para los departamentos (en el caso de que los tengamos) de relaciones públicas. ¿Quién va a buscar un programa de cine en un guía de espectáculos bajo la rúbrica “Programa del Centro Cultural X” –en el caso de que haya tal rúbrica? ¿Quién de los aficionados de la música *hip hop* va a buscar un concierto en el programa del centro cultural y no en el de los clubes que no organizan otra cosa que conciertos de *hip hop* o *rap*?

Tercera desventaja: a veces es más difícil conseguir subsidios de fundaciones, del Estado o de empresas privadas precisamente por la constitución “híbrida” de los centros culturales. Entramos en competencia con muchas instituciones especializadas en alguna de las ramas del arte, y necesitamos los mejores argumentos para convencer a posibles *sponsors* de que un centro cultural se podría ocupar de la organización de un simposio científico que, por lo general, es visto como tarea de las universidades, o que una exposición de arte del siglo XVIII se podría realizar con el mismo cuidado en un centro cultural que en un museo de arte. Y en muchos casos realmente dudo que la podremos organizar con el mismo cuidado por la falta de infraestructura y/o personal.

Cuarta desventaja (de este aspecto voy a hablar con más detalle cuando me ocupo de la función de los gestores culturales): por lo que yo sé, la mayoría de los gestores culturales no tenemos una buena formación con respecto a una posible filosofía o teoría del trabajo de los centros culturales. Lo mismo se podría decir de otras instituciones que se ocupan de la gestión cultural, no es, entonces, un problema exclusivo de los centros culturales. Si tenemos esta formación, la adquirimos durante estudios universitarios no directamente conectados con el trabajo de los gestores culturales. En los pocos casos en que hay una formación profesional de los gestores culturales en el campo de la gestión cultural –sea esta formación académica o no-, ella se limita a los aspectos técnicos del trabajo y a cuestiones de la administración y financiación. Esto serviría si los centros culturales fueran nada más instituciones que alquilan espacios para realizar eventos culturales o si los gestores fueran sólo comerciantes de cultura, pero la función de los centros culturales y sus gestores casi nunca se limita a esto.

Por supuesto, estas no son las únicas desventajas de los centros culturales en el mercado de la cultura, pero creo que es suficiente haber mencionado algunas para darse cuenta de las dificultades derivadas de su constitución "híbrida". Ahora bien, ¿qué desventajas tiene, o, mejor dicho, qué ventajas podría tener la constitución "híbrida" de los centros culturales?

Primera ventaja: el auge de los centros culturales corresponde a un momento histórico en que las fronteras entre las disciplinas o los departamentos académicos de las Humanidades tienden a disolverse. El auge de los centros culturales corresponde, en este sentido, al auge de los estudios culturales. Tanto los centros como los estudios culturales tratan de dar una respuesta crítica adecuada a los cambios culturales: las fronteras entre las diferentes ramas de las artes también se diluyen, entre otras cosas por el desarrollo de los medios masivos de comunicación, el desplazamiento de las representaciones artísticas tradicionales hacia la *performance*, la revaloración de las culturas populares en comparación con la cultura de la ciudad letrada, los procesos de migración, etc. Estos desarrollos registrados en los campos artísticos, la esfera pública, los medios masivos de comunicación y los debates académicos pueden, o al menos podrían, representarse mejor en un centro cultural "híbrido" que en una constitución cultural que se especializa en una de las ramas de las artes.

Segunda ventaja: en general, los centros culturales disponen de mejores espacios que otras instituciones culturales (los cines o los museos, por ejemplo) para el diálogo con el público y la participación de este. Por supuesto, me refiero a espacios no solamente en un sentido de la infraestructura, sino también en el de los espacios públicos. Muchos de los centros culturales se fundaron precisamente para contrarrestar la tendencia de la musealización de la cultura. Los espacios de los centros culturales se pueden convertir en espacios en movimiento para el diálogo. (No estoy hablando, ahora, de una concepción arquitectónica, pero voy a tocar este punto más adelante) en este sentido, los centros culturales pueden convertirse en uno –no el único- de los espacios privilegiados para disolver la frontera entre productores y consumidores de la cultura.

De esta segunda ventaja resulta otra más: el hecho de que el diálogo público y con el público y la constitución "híbrida" de los centros culturales cuestionan las fronteras establecidas entre distintas artes, esferas culturales, o, en un sentido más general, incluso entre distintas prácticas simbólicas, puede crear, en el mejor de los casos, nuevas formas de (re)presentación de estas mismas prácticas. Estas nuevas formas de participación podrían ser más democráticas y convertir a los centros culturales en espacios privilegiados para el diálogo y el intercambio intra, inter y transcultural. Este carácter de espacio abierto para el diálogo podría definir a los centros culturales y darles una mejor perspectiva en el campo cultural y en el contexto de la competencia con las instituciones "especializadas".

Al mismo tiempo y en el contexto de lo dicho anteriormente sobre las diferencias entre los centros y otras instituciones culturales, algunas de las desventajas mencionadas incluso podrían convertirse en ventajas para el

trabajo de los centros culturales. El espacio para el diálogo que crean los centros culturales aumenta la oferta y la participación del público, y en este sentido, no solamente “vendemos” cultura, sino que la producimos más allá de la presentación de meros productos, es decir en un proceso de diálogo permanente con la comunidad que participa en los procesos culturales. La falta de competencia o de formación específica de los gestores de los centros culturales en una rama de las artes también se puede convertir, en parte, en una ventaja porque nos obliga a colaborar con otras instituciones y personas del ámbito cultural –este tipo de colaboración “obligada” o necesaria podría ser una de las funciones positivas de la *Red*. En este sentido, la imagen pública de los centros culturales se podría mejorar destacando su función de espacio para el diálogo y no tanto entrando en competencia con otras instituciones culturales que tienen conceptos distintos en el mercado de la cultura.

### **Cultura en movimientos: de la presentación/autorrepresentación al diálogo intra, inter y transcultural.**

El espacio que ofrecen los centros culturales se presta a una presentación menos estática de las prácticas simbólicas que los espacios de las instituciones “unidimensionales”. Esto no tiene un aspecto arquitectónico, pero el aspecto arquitectónico puede influir en la creación de este espacio. Por razones históricas y económicas, no todos los centros culturales tienen la posibilidad de crear su propia arquitectura. Pero a veces la arquitectura que se elige para un centro cultural se presta a la creación del espacio mencionado,

A veces, también es posible incluir a la arquitectura en la creación (en un sentido artístico y técnico) de un centro cultural. Hay algunos casos que muestran que la arquitectura del centro cultural se puede “manipular” de acuerdo a las necesidades e incluso los conceptos o la filosofía del centro cultural. Este es el caso, por ejemplo, del “Centro Cultural Matucana 100”, en Santiago de Chile (- [www.m100.cl](http://www.m100.cl) -), cuya arquitectura se crea o cambia según las necesidades de los usuarios del centro. Es decir, tal como las actividades del centro cultural significan un proceso de permanentes cambios de la producción cultural y de la comunicación con la comunidad, la arquitectura misma se transforma en un proceso de construcción y reconstrucción permanente.

La idea de la construcción arquitectónica permanente se puede aplicar a las actividades del centro cultural como espacio de construcción y reconstrucción permanente de las prácticas simbólico-culturales y de sus formas de comunicación con la comunidad que hace uso del centro cultural. Esto, por supuesto, pocas veces se realiza regularmente o en el trabajo cotidiano plagado de obstáculos de todo tipo , pero sería una utopía (digamos: bella y concreta) para la filosofía de los centros culturales y de la *Red de Centros Culturales de América y Europa* en el futuro. Pero aunque esta idea sea una utopía, quisiera hablar al menos sobre algunos pasos que podríamos dar en esta dirección, pasos que incluso podrían a mi modo de ver, mejorar la situación actual de los centros culturales como lugar de producción y comunicación cultural.

Primero: los eventos culturales en los centros culturales y, tal vez también la producción cultural de los mismos centros deben alejarse de la mera presentación de productos culturales o, si se prefiere, de fenómenos culturales (para usar un término que no esté tan íntimamente ligado a la espada de Dámocles que nos amenaza a todos: la vaca sagrada del “mercado”). La forma de presentación de eventos culturales que caracteriza las actividades culturales de otras instituciones muchas veces tiende a convertir a la cultura en un mero producto para el consumo. En general, la sustentabilidad de estos eventos, y, sobre todo, la de la llamada *event culture*, es mínima. Por otra parte, este tipo de eventos suelen atraer a la mayor cantidad de gente, y generan más valores económicos más allá de la esfera cultural en el sentido de aumentar los atractivos de la ciudad en que se realizan o en que se crean ciertas instituciones –véanse los efectos del Museo Guggenheim sobre el turismo y la marca-imagen de la ciudad de Bilbao, por ejemplo. Por esto, este tipo de eventos es que prefieren los *sponsors*. Creo que la mejor manera de contrarrestar esta tendencia por parte de los centros culturales sería organizar, en colaboración con otras instituciones o grupos, eventos o, mejor, producciones en torno a un tema o enfoque determinado en ciclos con duración de varios meses para “apropiarse” de los efectos de publicidad de la *event culture* sin (re)producirla.

Segundo: Por supuesto, esta producción de cultura en una especie de fábrica abierta no se realiza en un vacío histórico. Tendríamos que considerar el entorno (sea el entorno inmediato del centro cultural, es decir, la cultura del barrio en donde se realiza, o el entorno más amplio, es decir, la situación de “contacto” de diferentes culturas locales, nacionales, y hasta transnacionales). Pero lo importante en comparación con la *event culture* es la producción de los eventos o representaciones culturales en un espacio y con un diálogo abierto. En mi opinión, este aspecto digamos comunicativo es o debe ser precisamente la diferencia entre los centros culturales y las instituciones culturales tradicionales. En este contexto, el proceso de la permanente construcción y reconstrucción de las actividades culturales se podría realizar como un proceso paralelo a ciertos desarrollos sociales. La cultura, entendida como un proceso de construcción y reconstrucción permanente, como un diálogo intra, inter y transcultural, en suma: la cultura en movimiento, corresponde y responde a los procesos de construcción de identidades en los tiempos de la globalización y de la migración creciente. Y, lo que es más: como gestores culturales de los centros culturales, debemos reaccionar a los procesos de la constitución del sujeto migrante, es decir, necesitamos conceptos migrantes para gestionar la cultura en movimiento.

Producción de la cultura en una especie de fábrica abierta, diálogo intra, inter y transcultural, cultura en movimiento, conceptos migrantes y sustentabilidad serían, entonces, los paradigmas que podrían guiar la gestión cultural y la función de los centros culturales y la de nuestra red en el futuro.

### **La función de los gestores culturales**

Para dar los pasos antes descritos, es decir para movernos en dirección a una nueva filosofía de la red de los centros culturales, su función, sus conceptos, su ideología.

Como ya he dicho antes, no contamos con una buena formación de los gestores culturales con respecto a una filosofía o teoría del trabajo de los centros culturales. Si tenemos esta formación, la adquirimos mediante estudios universitarios no directamente conectados con el trabajo de los gestores culturales. En los pocos casos en que hay una preparación formalizada –sea académica o no- de los gestores culturales, ésta se limita a los aspectos técnicos del trabajo y a cuestiones de la administración y financiamiento. En el peor de los casos, esto significa que un gestor cultural se puede convertir en un tecnócrata especializado en su campo. Nos podríamos convertir, entonces, en meros “curócratas” y aún en “culturócratas” que se limitan a administrar y organizar eventos culturales sin ocuparse demasiado de los contenidos o las formas de las prácticas simbólico-culturales que conllevan.

Como los centros culturales, los gestores culturales se ubican en una especie de “no definición” ideológica. Al menos en el contexto institucional, muchas veces los gestores culturales se ven a sí mismos como personas sin preconceptos fijos, sin prejuicios, sin una ideología determinada que influya en la elección o la producción de ciertos eventos culturales y en la exclusión de otros fenómenos culturales. Al mismo tiempo, y por razones de organización de trabajo y de presupuesto, tenemos que reaccionar a la oferta de afuera, y de esta manera a veces nos convertimos realmente en gestores sin conceptos que nada más administran la oferta disponible en un momento dado. Esto, por supuesto, no significa que no debemos reaccionar a la oferta de afuera. Al fin y al cabo, esto es una parte de la comunicación con la comunidad y del concepto de la “fábrica abierta”. Pero una cosa es abrir el espacio del centro cultural para la producción cultural, y otra la de convertirnos en meros vendedores de productos culturales prefabricados.

Otro aspecto negativo de la situación de los gestores culturales en la actualidad es, que nos movemos en un contexto “interno” e internacionalizado en que nos “entendemos” a pesar de nuestras diferencias culturales por el hecho de hacer uso de los mismos discursos, de conocer las mismas modas de la escena contemporánea, etc. En este contexto, muchas veces nos encontramos en situaciones en que fortalecemos los procesos de la globalización cultural sin quererlo o incluso sin darnos cuenta. En este contexto, quisiera poner énfasis en el hecho de que me niego a la antropofagia de las culturas dominantes que representan y fagocitan exclusivamente los fenómenos culturales de los Otros que no les causan problemas de digestión o que se pueden “integrar” en sus propios procesos de la producción cultural. Creo que es de suma importancia aceptar las diferencias culturales, pero en nuestra función de gestores culturales también lo es presentar a otras culturas como diferentes y quizás incluso ininteligibles para nosotros.

Tenemos que preocuparnos, entonces, por nuestros propios conceptos de cultura –cosa que es una tarea bastante difícil porque bajo el término “cultura”, hoy día se vende cualquier cosa – al menos debemos cuestionar de vez en cuando nuestro concepto de cultura mediante una (auto-) crítica de nuestra labor cultural y hacernos las siguientes preguntas:

1. ¿En qué contexto cultural nos movemos y cómo influye este contexto en nuestro trabajo (políticas culturales, diferentes culturas, la sociedad multicultural, cultura de los migrantes, etc.)?
2. ¿De qué discursos del ámbito cultural o académico hacemos uso y por qué?
3. ¿Qué vínculo hay entre los centros culturales y el espacio y la crítica académicos (estudios culturales, filosofía intercultural, teorías de la alteridad cultural, post-colonialismo, etc.)?
4. ¿Qué relación existe entre los gestores culturales y las culturas de minorías, de los barrios, de los migrantes, etc.?
5. ¿Cómo reaccionamos a las distintas ofertas y a las modas del mercado?
6. ¿Qué función social y que posición ideológica tenemos como gestores culturales de los centros culturales?
7. Si vemos a los centros culturales como lugares de una construcción y reconstrucción permanente del diálogo en movimiento, del diálogo intra, inter y transcultural, ¿Cómo podemos aplicar esta filosofía a nuestro trabajo? es decir, ¿Cómo podemos aplicar conceptos migrantes a la labor de la gestión cultural?

Para terminar esta propuesta de una posible filosofía de la acción de los gestores culturales y de la red de los centros culturales, quisiera mencionar brevemente un punto que me preocupa, y lo quiero tocar para abrir el diálogo con una tesis polémica: hay demasiada cultura.

La cultura no solamente se ha convertido en una especie de *passe par tout* para caracterizar a todo lo que no se ha podido definir bien –desde la cultura empresarial hasta la cultura del café. También se ha convertido en un instrumento de propaganda para el turismo, en el mejor argumento de la marca-imagen de las metrópolis, en el pan y circo de la *event culture* y de los medios masivos de comunicación. Lo que las vanguardias históricas propusieron como utopía de una democratización cultural (la cultura es para y de todos, tanto en su aspecto de recepción como de producción), se ha convertido en un mero factor de divertimento y mercadotecnia. La cultura se ha convertido, en muchos casos, en mero producto de consumo fácil o en un instrumento para aumentar la venta de otros productos (los pobres pianistas de los centros comerciales que nadie realmente escucha, etc.) ¿Cómo podemos, considerando este desarrollo, aumentar la sustentabilidad de la producción y representación cultural? ¿Mediante una desaceleración de la producción cultural? ¿Mediante un desplazamiento del producto a los procesos de la producción y comunicación cultural?.