

La formación de Públicos Culturales, desde la integración de lo cultural y lo pedagógico, en la misión educativa de las Instituciones Culturales Comunitarias

Cultural Publics formation, from the integration of the cultural and educational, in the educational mission of the Cultural Community Institutions

Autores: Dr. C. Mirtha Numa Rodríguez (PT); MSc. Félix Sánchez Rodríguez (PA);
Dr. C. Raquel Diéguez Batista (PT)

Centro de procedencia: Universidad "Máximo Gómez Báez" de Ciego de Ávila;
Centro Provincial de Investigaciones Culturales "Enrique Sosa"

E-mail: mirtha@informatica.unica.cu; eisosa@ciego.cult;
raquel@informatica.unica.cu

Resumen:

La formación de los públicos culturales, aunque se haya en el centro de toda política cultural contemporánea, es una tarea a la que las instituciones culturales no han logrado dar aún plena respuesta a pesar de las variadas indagaciones realizadas en el consumo cultural. El presente trabajo aborda algunas consideraciones teóricas en las que se asume esta formación como un proceso de carácter pedagógico que debe desarrollar la institución cultural comunitaria (ICC) y propone algunas ideas acerca de una Concepción Pedagógica para el desarrollo del Proceso de Formación de Públicos Culturales.

Palabras claves: Formación de públicos, proceso pedagógico, Instituciones culturales

Abstract:

The formation of cultural audiences, though it has been at the core of all contemporary cultural politics, is a task that cultural institutions have failed to address fully even though the investigations carried out on cultural consumption. This article addresses some theoretical considerations on which this training is assumed, as a pedagogical process that must develop community cultural institution and suggests some ideas about a Conception.

Keywords: Formation of public, pedagogical process, cultural institutions

¿Por qué las Instituciones Culturales Comunitarias son consideradas como agentes educativos?

La educación, en su sentido amplio, trasciende la institución escolar. A escala de toda la sociedad el proceso educativo no se limita a la escuela, sino que es resultado de la labor coherente de esta y las demás fuerzas educativas. "Entiéndase por fuerzas educativas todos los factores que intervienen en este proceso: el propio grupo escolar y pedagógico, la familia (...), las organizaciones y las instituciones sociales, culturales y económicas de la localidad; los medios de comunicación y difusión masiva, entre otros" (Báxter, Martínez y Bonet, 2002: 163).

El reconocimiento de los escenarios formativos y educativos no escolares está presente en pedagogos como (Fuentes ,2000) e (Ibarra ,2005). Para el primero, la sociedad,

...también educa a sus hombres, a través de factores no formalizados, como son: los medios de comunicación masiva; los centros culturales; museos y salas de arte, bibliotecas, los centros de entretenimiento; los grupos y asociaciones". Según L. María Ibarra: "El concepto de educación se ha ampliado hoy día y no se reduce al aprendizaje de conocimientos a fin de insertarse laboralmente, lo que supone el acento en la preparación para la vida. (Fuente, 2000: 36)

Ha planteado (Fernández ,2008) que "...las organizaciones y las instituciones sociales, presentes en la comunidad, como centros de salud, casa de cultura, casas comunitarias, entre otros centros de trabajo, desempeñan un papel importante y propician influencias educativas hacia todos los que en ella conviven". (Fernández, 2008: 7)

Las instituciones culturales comunitarias pertenecen al conjunto de las instituciones sociales, son consideradas como agentes educativos, y deben ellas contribuir a despertar en la población del entorno comunitario el interés por las distintas manifestaciones artísticas, como creadores e intérpretes aficionados y público cultural. Influyen así en los individuos de la comunidad para despertar en ellos la vocación cultural y realizan acciones para capacitarlos para la práctica cultural artística y efectuar la percepción y apreciación artística, convertirse en seres culturalmente motivados, activos, críticos, en correspondencia con la necesaria formación cultural de los ciudadanos y las demandas de la política cultural.

Esta tarea exige de las instituciones culturales comunitarias no solo ofrecer una oferta cultural estable y de calidad, sino de una intencionalidad educativa en su actuación, orientada a atraer a la ciudadanía a la oferta cultural, favorecer el cultivo de sus inquietudes artísticas y dotarla a su vez de las herramientas adecuadas para la percepción y el disfrute estético, llegando a que esta convierta esa práctica cultural en una necesidad cotidiana, parte de su modo de vida, y modo de actuación como participante de la vida cultural comunitaria.

Constituye tal propósito un desafío para las instituciones culturales comunitarias, las que deben convertirse en escenarios culturales-educativos, y desarrollar un proceso formativo extraescolar, no formal, continuo, pero intencional, organizado en coherencia con sus restantes procesos culturales, y resultante del aporte pedagógico y didáctico del conjunto de acciones dinamizadoras de la vida cultural comunitaria.

El desarrollo de las potencialidades artísticas de los miembros de la comunidad así como su capacitación para la percepción voluntaria y el disfrute pleno de la oferta cultural es una línea importante de la política cultural cubana actual, y ha sido objeto de sistemáticos análisis, a partir de que los esfuerzos en el terreno cultural pueden resultar baldíos si no se logra finalmente la apropiación real de los valores culturales socializados por parte de sus consumidores, lo que debe expresarse en primer lugar en una asistencia sistemática a las ofertas de las instituciones culturales, y seguidamente en un desarrollo continuo de sus conocimientos, habilidades, hábitos y valores relacionados con la percepción artística, y por ende en un enriquecimiento cultural, componente sustancial de su formación integral ciudadana.

La Formación de Públicos culturales como proceso educativo desarrollador de disposiciones y habilidades artístico perceptivas

La categoría público cultural ha sido objeto de atención tanto por la Sociología de la Cultura, como por la Promoción Cultural, la Comunicación Cultural, la Animación Cultural, y los estudios sobre consumo cultural. Varios autores, entre ellos (González ,1994), (Jiménez y Arbeláez, 2007) y Téllez (2010), han definido el concepto de público cultural. Se asume aquí la definición del primero, por considerarse la más integral: "Entendemos por "público cultural" al conjunto de agentes sociales que poseen las disposiciones (inculcadas o adquiridas) que los hacen capaces de evaluar, apreciar y valorar los discursos y objetos de una oferta cultural específica en un momento histórico dado." (González, 1994: 123)

La formación de los públicos culturales, a su vez, ha sido conceptualizada por diversos autores, aunque de entre todos estos acercamientos sobresale por su contenido pedagógico la definición dada por (Jiménez y Miranda, 2001):

... proceso a través del cual promotores, instituciones y artistas facilitan el que diversos grupos amplíen sus conocimientos y sus posibilidades de aprendizaje e interacción con el arte (...) es la creación de actitudes, sensibilidades, disposiciones, creencias y prácticas relativas a la posibilidad y capacidad de disfrute de las diversas expresiones artísticas, en las mentes, en los sentidos y en los cuerpos de los espectadores habituales y potenciales. (Jiménez y Miranda, 2001: 133)

Para Téllez (2010) es importante el interés del propio sujeto por su formación, su actitud autoformativa. Al respecto expresa: "

Considero conveniente que el espectador que quiera valorar en su máxima intensidad el consumo artístico se sujete a su formación de consumidor para pasar de ser un aficionado del arte a un verdadero consumidor artístico; alcanzando esto sólo con la alternativa permanente de estar consumiendo productos artísticos y abrirse como esponja al consumo estético en torno al que giran las manifestaciones artísticas. (Téllez, 2010: 7)

Sobre las características de este proceso se comparten además las especificaciones que realiza (Gutiérrez, 2010):

Los procesos de formación y desarrollo de públicos tienen un carácter continuo y deberán ser diseñados, ejecutados, controlados y evaluados desde una perspectiva diferenciadora, tendente a integrar desde la participación a cada uno de los interesados. Posibilitan a estos asumir el hecho artístico con conocimiento de causa, apreciarlo y disfrutarlo plenamente. (Gutiérrez, 2010: 124)

En los documentos rectores del Trabajo Cultural en Cuba se señala también la responsabilidad de la institución cultural por la formación de un público preparado para el consumo cultural. Al respecto (Hart, 1978) puntualiza que debemos no solo formar especialistas, y estimular un amplio movimiento de creadores e intérpretes, sino también, ayudar en la formación de un público cada vez más amplio, que se interese por disfrutar de las distintas expresiones del arte

No obstante, la formación de públicos culturales es aún el menos organizado y atendido de los procesos formativos que se desarrollan en la institución cultural, y ha quedado en gran medida relegado a la espontaneidad.

También sabemos que la audiencia general no comprende la articulación de los discursos artísticos contemporáneos por carecer básicamente de herramientas decodificadoras de su lenguaje, pero no generamos procesos a largo plazo de formación y educación como parte fundamental de las políticas culturales y sin embargo, si establecemos los índices de público como principal indicador de la calidad de un producto artístico/institución cultural, y tautológicamente, de la bondad de la política cultural en que está inserto". (Rivero, 2008: 33).

Como una de las causas de estas insuficiencias se considera el hecho de que no siempre se ha tenido claridad de que se deben establecer en las instituciones culturales "objetivos y metas" de carácter formativo relacionados con sus públicos. Para muchos autores, y en la práctica cultural tradicional, los estudios de públicos tienen como misión determinar los gustos y preferencias que se deben satisfacer y no un verdadero fin de diagnóstico inicial o de evaluación parcial de la marcha del proceso. Esta postura minimiza el papel educativo, transformador, desarrollador, de la labor de las instituciones culturales, y por ende la formación de públicos culturales en consonancia con la Política Cultural. La insistencia en que la "programación cultural debe satisfacer los intereses del público" sin reforzar la idea de crear y desarrollar nuevos y mayores intereses, ha sido una limitante en la eficacia formativa de las instituciones culturales, resultado de la ausencia de una concepción pedagógica para su labor formativa.

Aproximación a una Concepción Pedagógica del proceso de Formación de Públicos Culturales

Fundamentos teóricos esenciales:

Educación no formal, Formación continua, Pedagogía Social, Pedagogía Cultural, y Aprendizaje experiencial.

- Idea rectora principal

La idea que se asume como rectora de la concepción es una contextualización de las leyes del proceso formativo de Carlos Álvarez, quedando enunciada como: "La formación a través de la práctica cultural-apreciativa". En ella, como en el proceso formativo escolar, se revela la relación esencial: objetivo- contenido-método.

- Principios sobre los cuales se desarrolla la Concepción Pedagógica.

- Principio de la influencia pedagógica de la práctica cultural sistemática e institucional.

- Principio del carácter contextual de la formación artístico-cultural.

- Categorías básicas de la Concepción Pedagógica.

La concepción pedagógica resume categorías típicas del trabajo cultural a las que dota de un carácter procesal y pedagógico. Entre ellas deben señalarse como principales: Proceso difusivo-perceptivo, Proceso de formación artístico-cultural, Subproceso de captación, Subproceso de movilización, Subproceso de desarrollo, Actividad formativo-cultural y Público cultural institucional profesional.

Proceso difusivo-perceptivo: Proceso principal, intencionalmente organizado por las instituciones culturales comunitarias para poner en contacto a la población con la oferta artística y que comprende el actuar de los dos sujetos implicados, la institución cultural (difusión) y el público cultural (percepción), visto todo como una unidad dialéctica.

Proceso de formación artístico-cultural: Proceso de perfil pedagógico que transcurre en la institución cultural comunitaria con el objetivo de formar adecuadamente a los sujetos implicados en el proceso difusivo-perceptivo.

Subproceso de captación: _Primero de los tres subprocesos que integran el proceso de formación de los públicos culturales, que transcurre en el escenario comunitario, y cuyo fin es crear en los miembros de la comunidad las condiciones de información, orientación y motivación necesarias para su paso inmediato a público real.

Subproceso de movilización: Subproceso intermedio del proceso de formación de públicos, el que enlaza mediante el movimiento efectivo a las personas de la comunidad con la oferta artístico-cultural y convierte al público potencial en público real.

Subproceso de desarrollo: Subproceso final del proceso de formación de públicos, que se desarrolla en el escenario de la institución cultural y se caracteriza por la práctica cultural apreciativa del público real a través de las actividades artístico-culturales en todos sus grados de intencionalidad formativa.

Actividad formativo-cultural: Actividad organizada por la institución cultural comunitaria donde prevalece la intencionalidad formativa por sobre los componentes artísticos tradicionales y que asegura la concreción de los objetivos formativos de la institución y la adquisición por el público de las más elevadas competencias como público profesional.

Público cultural institucional profesional. Público al que aspira el proceso formativo en la institución cultural comunitaria y que se caracteriza por poseer los índices más altos de Conocimientos, habilidades, hábitos y valores como público cultural.

- Ideas básicas de la Concepción Pedagógica

La Concepción Pedagógica parte de un conjunto de ideas que justifican la asunción por la ICC del proceso formativo de los públicos culturales. Son estas:

1-Compete a la ICC no solo garantizar la oferta cultural, socializar cultura, sino contribuir a formar artistas aficionados, aficionados al arte y su propio público, por lo que su labor posee una dimensión educativa.

2- La dimensión educativa de la ICC se expresa ante todo en el proceso formativo-cultural del cual es agente y escenario.

3- El proceso formativo-cultural en las ICC comprende varios procesos, entre ellos el de la formación de los públicos culturales.

4-El consumo cultural es un tipo de consumo complejo, que requiere del consumidor (público cultural) determinadas capacidades, habilidades, conocimientos, hábitos, valores, que no adquiere espontáneamente sino que deben ser inculcados en él.

5-La formación de los públicos culturales es un proceso continuo, no formal, que se sustenta en todas las pedagogías que fundamentan la formación no escolar.

6-El sostén del proceso de formación de los públicos culturales es esencialmente la práctica cultural en el espacio institucional, a la que se adiciona una intencionalidad pedagógica.

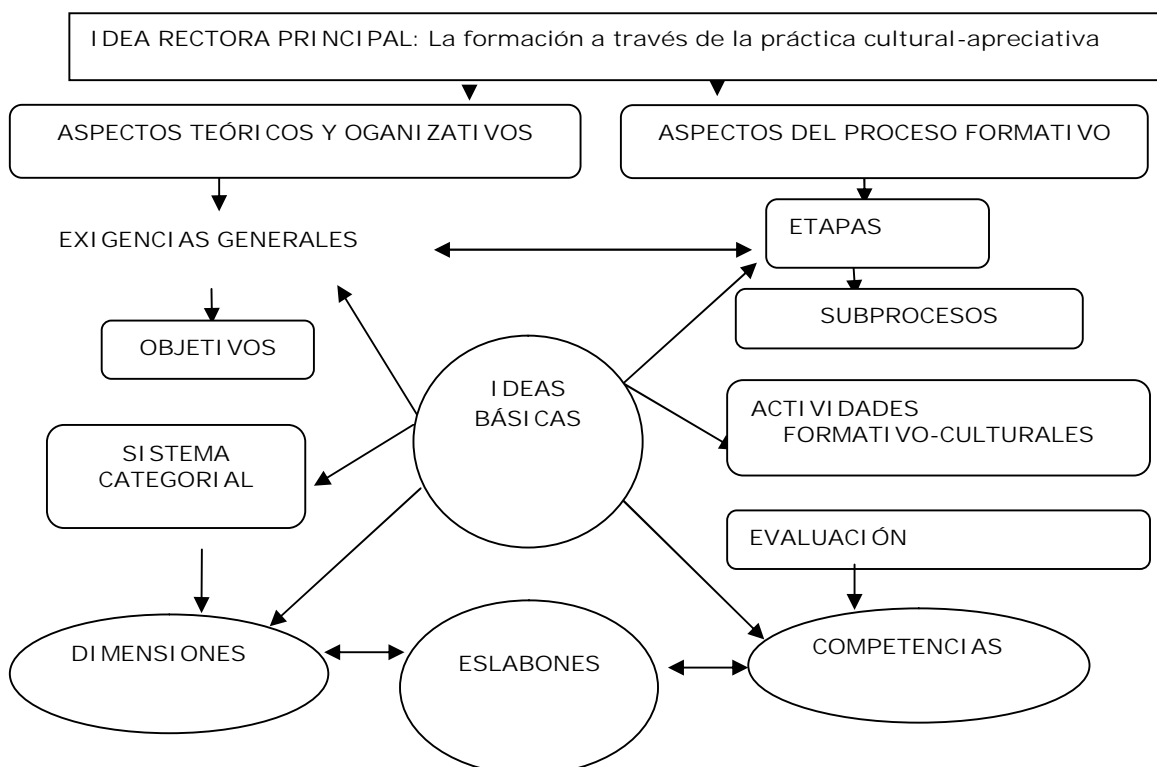
7- Durante el proceso formativo el público cultural transita escalonadamente por distintas categorías, desde la de público cultural potencial hasta llegar a la de público cultural profesional o competente.

8- El público cultural competente integra dos atributos cualitativos esenciales: la capacidad para desarrollar con eficacia la percepción cultural, y el modo de actuación como consumidor cultural.

9- La formación de los públicos culturales es un proceso consciente, que se diseña, se ejecuta mediante las acciones planificadas y ejecutadas en la ICC, y se evalúa de manera continua y periódica.

10-El proceso de formación de los públicos culturales consta de dos etapas, una que tiene como escenario el espacio comunitario, mediante la influencia hacia el exterior de la ICC, y otra decisiva que ocurre en el espacio cultural institucional.

Modelo de la Concepción Pedagógica de la Formación de Públicos Culturales



¿Cómo se debe concebir pedagógicamente el Proceso de Formación de Públicos, en las Instituciones Culturales Comunitarias?

Debe concebirse a través la interacción del Subproceso de captación, como paso inicial, proyectado hacia la comunidad, el Subproceso de movilización, como paso intermedio del proceso de formación de públicos que enlaza mediante el movimiento efectivo a las personas de la comunidad con la oferta artístico-cultural y convierte al público potencial en público real, y el Subproceso de desarrollo; como fase, que se desarrolla en el escenario de la institución cultural y se caracteriza por la práctica cultural apreciativa del público real a través de las actividades artístico-culturales en todos sus grados de intencionalidad formativa. El centro de este último subproceso es la Actividad formativo-cultural, como esta acción organizada por la institución cultural comunitaria donde prevalece la intencionalidad formativa por sobre los componentes artísticos tradicionales y que asegura la concreción de los objetivos formativos de la institución y la adquisición por el público de las más elevadas competencias como público profesional.

Bibliografía

1. Báxter Pérez, E, A. Amador Martínez y M. Bonet Cruz: "La escuela y el problema de la formación del hombre", Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 2002.
2. Fernández Díaz, A.: Algunas consideraciones sobre el cómo en la interrelación de los centros docentes y la comunidad, Editorial Pueblo y Educación, La Habana, 2008.
3. Fuentes González, H.: Didáctica de la Educación Superior, Impreso en Santa Fe de Bogotá, Colombia, 2000.
4. González, J. A. (1994): " La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México". Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Vol. VI, No. 18, p. p 51-70.
5. Gutiérrez, G.: ¿Cómo acercarnos a nuestros públicos? ,Editado en Colección Punto de Partida, La Habana,2010
6. Hart, A.: Discurso pronunciado en el III Congreso de la UJC, 3 de abril de 1977. En Del Trabajo Cultural, Editorial Ciencias Sociales, Ciudad de La Habana ,1978.

7. Ibarra, L. M.: Psicología y Educación. Una relación necesaria, Editorial Félix Varela, La Habana, 2005
8. Jiménez, L. , O. Arbeláez: Desarrollo de públicos, recaudación de fondos y marketing cultural. Disponible: trabajaen.conaculta.gob.mx/convoca/anexos/022.pdf (consulta: 2014,marzo 4)
9. Jiménez, L., K. Miranda: Gestión Cultural para profesionales y administradores de proyectos artísticos, Editorial Miranda Foundation, México, 2001.
10. Rivero, J. L.: "El fomento y creación de públicos", s/e, España, 2008.
Télez, O.: "Públicos consumidores culturales", 2010. Disponible:
http://www.icesi.edu.co/consumidores_culturales.pdf (consulta2014, marzo 11)