

MANUAL BÁSICO DEL PROMOTOR CULTURAL

Abril 2010



Guillermo Marín Ruiz.

A MANERA DE PRÓLOGO

Quienes llevamos muchos años en la actividad cultural, siempre nos quejamos de la falta de instrumentos y medios para la formación de promotores culturales, no existe la carrera profesional o técnica, casi no hay cursos formativos, seminarios o textos siquiera, que han desembocado a la impreparación, al empirismo, al fracaso, a la frustración...

Conozco el trabajo de Guillermo Marín Ruiz, como promotor cultural, no sólo de sus alcances y preocupaciones en el medio; sé de sus inquietudes, he leído sus textos sobre el particular, fruto de sus largas experiencias, como este Manual Básico del Promotor Cultural, pero sobre todo he constatado el fruto inmediato de su aplicación reciente en seminarios intensivos a trabajadores de la cultura, en cómo ha movido positivamente a las voluntades y esfuerzos por un mejor papel, con objetivos, estrategias, reflexiones pensadas, con la necesidad de estudiar y profundizar más en el papel de líder de una comunidad cultural, que representa el auténtico y verdadero promotor.

Creo que este manual, llena un vacío, en la biblioteca que nos ocupa, pero lo llena plenamente porque no hay sector o punto alguno que quede sin tocarse, desde el marco teórico-histórico que desprende la función a desempeñar.

Hasta el financiamiento y la elaboración de un proyecto cultural con sentido, pasando desde luego, por el contenido sustancial del perfil que debe tener o adquirir el promotor cultural, con todas y cada una de las áreas del vasto campo de realizaciones de su trabajo, sin faltar una sola, como enorme abanico de posibilidades y de una larga experimentación del propio autor y sus evidencias mejores.

Nosotros lo gozamos, pero quienes lo van a tener como guía y método de trabajo, lo van a disfrutar una y otra vez; en cada paso de su tarea, como un orientador indiscutible en eficacia de procedimientos y a

interesarse y profundizar más en el conocimiento de su papel en lo teórico y en lo práctico de la cultura y su promoción y difusión, de manera permanente.

Una valiosa y primigenia aportación la de Guillermo Marín con este manual, reflejo de su generosa personalidad en el quehacer cultural que abre un campo para nuevas inquietudes en un terreno que tiene posibilidades enormes y necesarias para la formación integral del promotor cultural que tanto necesita este país para su rendimiento y eficacia.

Un manual que lo consideramos un apreciable servicio a la cultura de México, o un manual con sentido de realidad, concebido y escrito para usarlo cotidianamente en la avanzada, en la trinchera misma de la promoción cultural por su protagonista, como el mejor detonador para descubrir espacios, caminos, metas, identidades. Pensado como para una vieja, olvidada y alentadora frase de José Vasconcelos: **“Tanto hace por la cultura quien la crea como quien la promueve.”**

Pedro A. Palou

Oaxaca de Juárez

Invierno de 1994.

Hablar de promover la cultura implica referirse a una rica y vasta gama de actividades en las que se encuentran involucrados miles de mexicanos que apasionadamente encaminan sus esfuerzos cotidianos en dicha dirección.

Implica una toma de decisiones sobre, que tipo de cultura promover, la que a su vez está condicionada por variables personales, operativas, tempo-espaciales e institucionales, entre otras; involucra también a los creadores, en particular a los artistas y la sociedad, quien en última instancia es la generadora de la misma; y referirse a un proceso social dinámico, en permanente y cotidiana transformación.

La cultura puede ser apreciada desde una perspectiva amplia que nos lleva a la definición de la misma como modos de vida, de un pueblo o sociedad determinada y desde una perspectiva más reducida la cultura como conjunto de conocimientos generados en el pasado y que inciden y condicionan la cotidianeidad,, con vista al diseño del porvenir; está nutrida por el quehacer de cotidiano de artistas y creadores intelectuales y en los tiempos actuales habría que considerar que el intercambio de la información, con todas las incidencias que ello implica, como un campo específico de enorme potencialidad.

La ampliación del acceso y la participación en la vida cultural, el apoyo a la creación artística colectiva e individual, el desarrollo de los medios y sobre todo la ubicación de los espacios de intercambio y diálogo cultural aparecen como las nuevas prioridades para una política cultural para el siglo XXI.

Al licenciado Guillermo Marín lo conocí cuando era director de la Casa de la Cultura de Tuxtepec, Oaxaca. Profesional venido del campo de la administración de empresas, aportó al través de una brillante gestión, elementos organizativos, que son muchas veces ajenos y menospreciados en el trabajo cultural cotidiano.

Su proceso de crecimiento personal lo lleva ahora a presentarnos este trabajo denominado **“El Manual Básico del Promotor Cultural”** con el cual no concuerdo y en el que pretende sistematizar sus experiencias de más de 20 años dedicadas a este quehacer.

Manifiesto mi no coincidencia con el autor, a quien respeto y admiro por sus brillantes acciones, porque la misma conlleva un doble peligro: la reducción de tan amplio y vasto campo a una serie de fórmulas como las aquí enunciadas, así como el posible empobrecimiento de la cultura al ser planteada desde esta perspectiva.

Sin embargo el autor, en su legítimo derecho, desea dejar testimonios de su posición y experiencia la realidad de los promotores y de la cultura nacional fije en definitiva el destino de su texto; enhorabuena por su decisión y la esperanza de que los lectores del mismo lo ponderen en su justa dimensión.

Luís Garza

México, D.F.
Invierno de 1994.

ÍNDICE

I.- INTRODUCCIÓN

II.- MARCO TEÓRICO

A) MARCO JURÍDICO

B) MARCO HISTÓRICO

C) MARCO CONCEPTUAL

- c-1. Definición de Cultura
- c-2. Propuesta esquemática de la cultura
- c-3. El Trabajo Cultural
- c-4. Los Elementos Culturales
- c-5. El Patrimonio Cultural
- c-6. La Identidad Cultural
- c-7. La Identidad Nacional
- c-8. La Pluralidad Cultural
- c-9. El Colonialismo Cultural
- c-10. La Teoría de la Quíntuple Recuperación
- c-11. Civilización y cultura
- c-12. Cultura propia-nuestra
- c-13. La cultura del Dominador-Colonizador
- c-14. La Cultura del Dominado- Colonizado
- c-15. Calidad de vida y Nivel de vida
- c-16. La Cultura y el Consumo
- c-17. Cultura y Economía
- c-18. Industrias culturales
- c-19. Cultura y desarrollo
- c-20. Desarrollo Cultural y Neoliberalismo.
- c-21. Cultura y ecología
- c-22. La Política Cultural
- c-23. La teoría del Control Cultural

III.- PERFIL DEL PROMOTOR CULTURAL

IV.- ÁREAS DE TRABAJO

A) La Promoción Cultural

- a-1. Talleres de Educación Artística
- a-2. Presentación de Eventos
- a-3. Exposiciones
- a-4. Conferencias
- a-5. Foros
- a-6. Taller Literario
- a-7. Lecturas
- a-8. Ediciones
- a-9. Convocatorias
- a-10. Actividades extra muros
- a-11. Actividades Foráneas
- a-12. Auditorio
- a-13. Galería
- a-14. Biblioteca
- a-15. Fonoteca, Videoteca, Hemeroteca, (centro de cómputo)
- a-16. Fototeca
- a-17. Cafetería
- a-18. Librería y Tienda
- a-19. Museo de Sitio
- a-20. Cultura Popular

B) La Difusión

- b-1. Radio
- b-2. Prensa
- b-3. Carteles
- b-4. Mantas
- b-5. Mamparas
- b-6. Volantes
- b-7. Perifoneo
- b-8. Impresos
- b-9. Internet

C) Investigación

D) Educación Artística

E) Sector Educativo

F) Sociedad Civil

G) Administración

H) Autofinanciamiento

V.- ELABORACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

VI.- COLOFÓN

I.-INTRODUCCIÓN

La importancia que tienen los procesos culturales en la sociedad rebasa con mucho la desatención y la minimización que se hace de ellos. En especial en países de origen colonial y actualmente denominados “subdesarrollados” o en vías de desarrollo.

El desarrollo cultural cada día se está convirtiendo en un factor de suma trascendencia en la conformación de las nuevas “realidades” que nos depara el siglo XXI.

Este trabajo pretende ser una orientación para aquellas personas que incursionan por primera vez en la promoción cultural. Es un esfuerzo por sistematizar los elementos básicos que conforman el “quehacer” del promotor cultural; se intentó hacerlo de una manera sencilla, esquemática y concreta. No es el objetivo de este trabajo el profundizar, ni agotar el amplio espectro de facetas que tiene la Promoción y Difusión Cultural, y fundamentalmente el Desarrollo Cultural; por el contrario, trata de ser una introducción que permita al lector ubicarse en un marco teórico, para ello se presenta una bibliografía, que invita al Promotor a mantener una actitud autodidacta permanente, en el entendido que la práctica, es la que verdaderamente engendra el conocimiento.

La Promoción Cultural que se realiza en Escuelas, Barrios Colonias, Municipios, Centros culturales, Empresas e Instituciones Públicas y privadas; Asociaciones Civiles y Clubes de servicio, requieren de mayor eficacia en sus objetivos y estrategias, y mayor eficiencia en sus métodos y procedimientos. La excelencia en el trabajo cultural es un requisito indispensable para llegar a verdaderamente incidir positivamente en la sociedad.

Hasta hace poco tiempo se pensaba que cualquier persona podía realizar la Promoción Cultural, se creía que se necesitaba tan sólo “amor al arte” o tener alguna facilidad para alguna área artística y el promotor cultural se tomaba como un ingenuo idealista. Sin embargo, los fracasos generados del empirismo y de la insuficiencia de un marco teórico conceptual, así como de una base técnica, que permita elaborar métodos y procedimientos adecuados a los requerimientos de

la Promoción Cultural, han contribuido en mucho, por una parte, al fracaso de innumerables acciones emprendidas y por otra, a la continua rotación de personal en esta área.

A lo largo de muchos años en el ejercicio de la Promoción Cultural, hemos visto como “entran y salen” personas que trabajan en el área. Los que llegan, no cuentan con elementos teóricos básicos que los introduzcan en la praxis cultural. Así a través del ensayo y el error, los promotores van acumulando su conocimiento. Sorprende no encontrar suficiente bibliografía en materia de la Promoción Cultural, siendo nuestro país uno de los que históricamente más ha trabajado y más invierte en este terreno, toda vez que si sumamos todas las partidas que en los presupuestos gubernamentales se destinan al renglón de actividades culturales, y las comparamos con el Producto Interno Bruto (PIB), resulta que México es uno de los países, en el mundo, que más invierte en Promoción Cultural y por consiguiente, es el que tiene mayor número de personas trabajando en actividades culturales.

En los últimos años he tenido la oportunidad de trabajar capacitando a Promotores Culturales por todo el país y me ha sorprendido encontrar, aun en promotores de larga experiencia, la ausencia de un MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL, desde el cual partir para desarrollar la Promoción Cultural.

Si bien es cierto el país cuenta con trabajos muy avanzados de investigadores como los de Guillermo Bonfil Batalla, Néstor García Canclini y Leonel Durán por citar algunos; estas espléndidas aportaciones se orientan más a la concepción teórica-filosófica de la Promoción Cultural. Se requiere entonces sistematizar la experiencia que se logra en “la trinchera” de la Promoción Cultural, actualmente existen textos como los de Ezequiel Ander-egg y Adolfo Colombres que nos hablan sobre la Promoción Cultural, sin embargo, creemos que es necesario que se sistematice la experiencia de muchos Promotores, pues el campo de la cultura es muy amplio y profundo. En México existen personas con una amplia experiencia a nivel nacional en materia de la Promoción Cultural, entre otros podemos citar a Luís Garza, Manuel de la Cera, Pedro Ángel Palou y Víctor Sandoval, por ahora todavía no han publicado, pero estamos seguros que sus aportaciones serán muy valiosas, para conformar una bibliografía básica para el Promotor Cultural.

Por nuestra parte presentamos este modesto trabajo y agradecemos a todos los compañeros que compartieron a lo largo de todos estos años, sus experiencias y conocimientos; pero de manera muy especial deseamos agradecer a todas aquellas comunidades de los estados de Oaxaca, Morelos y Guerrero que nos enseñaron en la práctica cotidiana el cómo se debe promover la cultura.

Guillermo Marín.

Oaxaca. Diciembre 1993.

En este año del Bicentenario, que se conmemora el inicio de la Independencia Nacional, resulta más que necesario hacer un recuento de lo que ha sido la Patria en estos dos siglos y de lo que significa la Patria en estos ocho milenios de desarrollo cultural.

La civilización ancestral del Anáhuac y sus múltiples culturas diferentes en tiempo y espacio son los cimientos en los que se desplanta la patria que hoy tenemos.

De modo que el desarrollo cultural es y ha sido la base de lo que fuimos, somos y aspiramos a ser como personas, familia y pueblo. Razón por la cual se requiere capacitar y profesionalizar a los animadores, gestores y promotores culturales, porque en el inicio del tercer milenio, la conciencia de la Identidad Cultural, será de vital importancia, no solo en la construcción de un mejor país, sino frente al desafío de la globalización económica, el desarrollo de las nuevas tecnologías, los avances en las comunicaciones y el turismo, que deberá ser una de las palancas fundamentales para impulsar el desarrollo económico.

La formación de mejores profesionales en el desarrollo cultural, permite la humanización del desarrollo económico. Lo afianza, lo ancla y le da la fortaleza, porque el meta objetivo del desarrollo es la mejora del ser humano y la comunidad. El desarrollo cultural, en consecuencia, es el elemento intersectorial que permite la humanización del crecimiento económico.

Guillermo Marín.

Oaxaca. Abril de 2010.

II.-MARCO TEÓRICO

A) MARCO JURÍDICO.

a.1. La Constitución.

El Marco jurídico de en que se sustenta el Desarrollo Cultural en México, se encuentra en principio en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. En el artículo 3o. se definen los contenidos de la educación y postula como fundamental su carácter nacionalista y democrático, considerándola como un medio de acceso a estadios culturales superiores, al definir que la educación deberá ser democrática y entender como democracia “un sistema de vida fundamentado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo”. De aquí se deriva que la educación es un medio enmarcado en una política cultural global que el Estado mexicano tiene obligación de definir.

Partiendo de este artículo como principio orientador de la acción del Estado en la materia, es necesario considerar otros preceptos vinculados a las tareas culturales:

a).- Artículo 3o, En la fracción II. Establece que la educación servirá para el constante mejoramiento de la cultura. En la fracción V. se establece que el Estado a través de la educación alentará el fortalecimiento y la difusión de la cultura. En la fracción VIII. Señala el reconocimiento de la difusión cultural como uno de los fines de la Universidad.

b).- Artículo 4º, El varón y la mujer son iguales ante la ley. Esta protegerá la organización y el desarrollo de la familia.

Toda persona tiene derecho a decidir de manera libre, responsable e informada sobre el número y el espaciamiento de sus hijos.

Toda persona tiene derecho a la protección de la salud. La Ley definirá las bases y modalidades para el acceso a los servicios de salud y establecerá la concurrencia de la Federación y las entidades federativas en materia de salubridad general, conforme a lo que dispone la fracción XVI del artículo 73 de esta Constitución.

Toda persona tiene derecho a un medio ambiente adecuado para su desarrollo y bienestar.

Toda familia tiene derecho a disfrutar de vivienda digna y decorosa. La Ley establecerá los instrumentos y apoyos necesarios a fin de alcanzar tal objetivo.

Los niños y las niñas tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, educación y sano esparcimiento para su desarrollo integral.

c).- Artículo 5o. Al consignar la libertad para dedicarse a cualquier actividad lícita, se entiende que no hay ninguna limitación para elegir aquella que sea creadora y productora de cultura.

d).- Artículo 6o. Al garantizarse la manifestación de las ideas, se garantiza la libertad de difundir el producto de la creación.

e).- Artículo 7o. Al preceptuar la inviolabilidad de la libertad de escribir y publicar, se garantiza la libertad de difundir el producto de la creación escrita.

f).- Artículo 28. El Estado reconoce la propiedad del producto de la creación cultural y enuncia los principios para su protección.

g).- Artículo 73, fracción X. Al ser el Congreso de la Unión el facultado para legislar sobre la industria cinematográfica, se reconoce su importancia en la vida nacional.

h).- Artículo 73, XXV. En esta fracción está comprendido el ámbito que el legislador consideró fundamental para una política cultural del Estado, entendiendo dentro de ella la educación, la ciencia y las artes. Se desprende que es una facultad concurrente, que si bien, al legislar, el Congreso determinara cuáles son las competencias exclusivas de la Federación, no limita a las entidades federativas para legislar en todo aquello que permita el desarrollo de sus culturas regionales.

i).- Artículo 115. El reconocimiento del Municipio, como la base de la división territorial nacional, el principio político para el desarrollo de la cultura regional.

j).- Artículo 123, fracción VI. Expresa que el salario mínimo deberá ser suficiente para satisfacer las necesidades culturales de la familia del retribuido.

k).- Artículo 123, fracción XII. Se establece que es obligación del patrono la de reservar un espacio en los centros de trabajo, para construir centros recreativos donde se deberá llevar a cabo el esparcimiento cultural.

l).- Artículo 124. De este artículo se deriva que la Federación se reserva aquellas facultades que permitan dar unidad y establecer las condiciones para el fortalecimiento de una cultura nacional, sin oponerse a que, como parte integrante de ella, los estados de la Federación estén facultados para desarrollar sus propias culturas.

a.2. Declaración de México en la conferencia mundial sobre políticas culturales (1982).

El mundo ha sufrido hondas transformaciones en los últimos años. Los avances de la ciencia y las técnicas han modificado el lugar del hombre en el mundo y la naturaleza de sus relaciones sociales. La educación y la cultura, cuyo significado y avance se ha ampliado considerablemente, son esenciales para un verdadero desarrollo del individuo y la sociedad.

En nuestros días no obstante que se han acrecentado las posibilidades de diálogo, la comunidad de naciones confronta también serias dificultades económicas, la desigualdad entre naciones es creciente, múltiples conflictos y graves tensiones amenazan la paz y la seguridad.

Por tal razón, hoy es más urgente que nunca estrechar la colaboración entre las naciones, garantizar el respeto al derecho de los demás y asegurar el ejercicio de las libertades fundamentales del hombre y los pueblos y de su derecho a la autodeterminación. Más que nunca es urgente elegir en la mente de cada individuo esos “baluartes de la paz” que, como afirma la constitución de la UNESCO, pueden construirse principalmente a través de la educación, la ciencia y la cultura.

Al reunirse en México la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, la comunidad internacional ha decidido contribuir efectivamente al acercamiento entre los pueblos y a la mejor comprensión entre los hombres.

Así, al expresar su esperanza en la convergencia última de los objetivos culturales y espirituales de la humanidad, la Conferencia conviene en:

- que, en un sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias,

- y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

Por consiguiente, la Conferencia afirma solemnemente los principios siguientes, que deben regir las políticas culturales:

Identidad Cultural.

1.- Cada cultura representa un conjunto de valores único e irremplazable, ya que las tradiciones y formas de expresión de cada pueblo constituyen su manera más lograda de estar presente en el mundo.

2.- La afirmación de la identidad cultural contribuye, por ello, a la liberación de los pueblos. Por el contrario, cualquier forma de dominación niega o deteriora dicha identidad.

3.- La identidad cultural es una riqueza que dinamiza las posibilidades de realización de la especie humana, al movilizar a cada pueblo y cada grupo para nutrirse de su pasado y acoger los aportes externos compatibles con su idiosincrasia y continuar así el proceso de su propia creación.

4.- Todas las culturas forman parte del patrimonio común de la humanidad. La identidad cultural de un pueblo se renueva y enriquece

en contacto con las tradiciones y valores de los demás. La cultura es diálogo, intercambio de ideas y experiencias, apreciación de otros valores y tradiciones; se agota y muere en el aislamiento.

5.- Lo universal no puede postularse en abstracto por ninguna cultura en particular; surge de la experiencia de todos los pueblos del mundo, cada uno de los cuales afirma su identidad. Identidad cultural y diversidad cultural son indisociables.

6.- Las peculiaridades culturales no obstaculizan, sino que favorecen, la comunión en los valores universales que unen a los pueblos. De allí que constituya la esencia misma del pluralismo cultural el reconocimiento de múltiples identidades culturales allí donde coexisten diversas tradiciones.

7.- La comunidad internacional considera que es su deber velar por la preservación y la defensa de la identidad cultural de cada pueblo.

8.- Todo ello invoca políticas culturales que protejan, estimulen y enriquezcan la identidad y el patrimonio cultural de cada pueblo; además, que establezcan el más absoluto respeto y aprecio por las minorías culturales, y por las otras culturas del mundo. La humanidad se empobrece cuando se ignora o destruye la cultura de un grupo determinado.

9.- Hay que reconocer la igualdad y dignidad de todas las culturas, así como el derecho de cada pueblo y de cada comunidad cultural a afirmar y preservar su identidad cultural, y a exigir su respeto.

Dimensión cultural del desarrollo

10.- La cultura constituye una dimensión fundamental del proceso de desarrollo y contribuye a fortalecer la independencia, la soberanía y la identidad de las naciones. El crecimiento se ha concebido frecuentemente en términos cuantitativos, sin tomar en cuenta su necesaria dimensión cualitativa, es decir, la satisfacción de las aspiraciones espirituales y culturales del hombre. El desarrollo auténtico persigue el bienestar y la satisfacción constante de cada uno y de todos.

11.- Es indispensable humanizar el desarrollo; su fin último es la persona en su dignidad individual y en su responsabilidad social. El desarrollo supone la capacidad de cada individuo y de cada pueblo para informarse, aprender y comunicar sus experiencias.

12.- Proporcionar a todos los hombres la oportunidad de realizar un mejor destino supone ajustar permanentemente el ritmo del desarrollo.

13.- Un número cada vez mayor de mujeres y hombres desean un mundo mejor. No sólo persiguen la satisfacción de las necesidades fundamentales, sino el desarrollo del ser humano, su bienestar y su posibilidad de convivencia solidaria con todos los pueblos. Su objetivo no es la producción, la ganancia o el consumo per se, sino su plena realización individual y colectiva, y la preservación de la naturaleza.

14.- El hombre es el principio y el fin del desarrollo.

15.- Toda política cultural debe rescatar el sentido profundo y humano del desarrollo. Se requieren nuevos modelos y es en el ámbito de la cultura y de la educación en donde han de encontrarse.

16.- Sólo puede asegurarse un desarrollo equilibrado mediante la integración de los factores culturales en las estrategias para alcanzarlos; en consecuencia, tales estrategias deberían tomar en cuenta siempre la dimensión histórica, social y cultural de cada sociedad.

Cultura y democracia

17.- La Declaración Universal de los Derechos Humanos establece en su artículo 27 que “toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten”. Los Estados deben tomar las medidas necesarias para alcanzar ese objetivo.

18.- La cultura procede de la comunidad entera y a ella debe regresar. No puede ser privilegio de élites ni en cuanto a su producción ni en cuanto a sus beneficios. La democracia cultural supone la más amplia participación del individuo y la sociedad en el proceso de creación de bienes culturales, en la toma de decisiones que concierne a la vida cultural y en la difusión y disfrute de la misma.

19.- Se trata, sobre todo, de abrir nuevos canales a la democracia por la vía de la igualdad de oportunidades en los campos de la educación y de la cultura.

20.- Es preciso descentralizar la vida cultural, en lo geográfico y en lo administrativo, asegurando que las instituciones responsables conozcan mejor las preferencias, opciones y necesidades de la sociedad en materia de cultura.

Es esencial, en consecuencia, multiplicar las ocasiones de diálogo entre la población y los organismos culturales.

21.- Un programa de democratización de la cultura obliga, en primer lugar, a la descentralización de los sitios de recreación y disfrute de las bellas artes. Una política cultural democrática hará posible el disfrute de la excelencia artística en las comunidades y entre toda la población.

22.- A fin de garantizar la aplicación de todos los individuos en la vida cultural, es preciso eliminar las desigualdades provenientes, entre otros, del origen y la posición social, la educación, la nacionalidad, la edad, la lengua, el sexo, las convicciones religiosas, la salud o la pertenencia a grupos étnicos, minoritarios o marginales.

Patrimonio Cultural

23.- El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

Todo pueblo tiene el derecho y el deber de defender y preservar su patrimonio cultural, ya que las sociedades se reconocen a sí mismas a través de los valores en que encuentran fuente de inspiración creadora.

25.- El patrimonio cultural ha sido frecuentemente dañado o destruido por negligencia y por los procesos de urbanización, industrialización y penetración tecnológica. Pero más inaceptables aún son los atentados al patrimonio cultural perpetrados por el colonialismo, los conflictos armados, las ocupaciones extranjeras y la imposición de valores exógenos. Todas esas acciones contribuyen a romper el vínculo y la memoria de los pueblos con su pasado. La preservación y el aprecio del patrimonio cultural permite entonces a los pueblos defender su soberanía e independencia y, por consiguiente, afirmar y promover su identidad cultural.

26.- Principio fundamental de las relaciones culturales entre los pueblos es la restitución a sus países de origen de las obras que les fueron sustraídas ilícitamente. Los instrumentos, acuerdos y resoluciones internacionales existentes podrían reforzarse para acrecentar su eficacia al respecto.

Creación artística e intelectual y educación artística

27.- El desarrollo de la cultura es inseparable tanto de la independencia de los pueblos como de la libertad de las personas. La libertad de pensamiento y de expresión es indispensable para la actividad creadora del artista y del intelectual.

28.- Es imprescindible establecer las condiciones sociales y culturales que faciliten, estimulen y garanticen la creación artística e intelectual, sin discriminaciones de carácter político, ideológico, económico y social.

29.- El desarrollo y promoción de la educación artística comprende no sólo la elaboración de programas específicos que despierten la sensibilidad artística y apoyen a grupos e instituciones de creación y difusión, sino también el fomento de actividades que estimulen la conciencia pública sobre la importancia social del arte y de la creación intelectual.

Relaciones entre cultura, educación, ciencia y comunicación

30.- El desarrollo global de la sociedad exige políticas complementarias en los campos de la cultura, la educación, las ciencias y la comunicación, a fin de establecer un equilibrio armonioso entre el progreso técnico y la elevación intelectual y moral de la humanidad.

31.- La educación es un medio por excelencia para transmitir los valores culturales nacionales y universales, y debe preocupar la asimilación de los conocimientos científicos y técnicos sin detrimento de las capacidades y valores de los pueblos.

32.- Se requiere hoy una educación integral e innovadora que no sólo informe y transmita, sino que forme y renueve, que permita a los educandos tomar conciencia de la realidad de su tiempo y de su medio, que favorezca el florecimiento de la personalidad, que forme en la autodisciplina, el respeto a los demás y en la solidaridad social e internacional, una educación que capacite para la organización y para la productividad, para la producción de bienes y servicios realmente necesarios que inspire la renovación y estimule la creatividad.

33.- Es necesario revalorizar las lenguas nacionales como vehículos del saber.

34.- La alfabetización es condición indispensable para el desarrollo cultural de los pueblos.

35.- La enseñanza de la ciencia y de la tecnología debe ser concebida sobre todo, como un proceso cultural de desarrollo del espíritu crítico, e integrada a los sistemas educativos en función de las necesidades del desarrollo de los pueblos.

36.- Una circulación libre y una difusión más amplia y mejor equilibrada de la formación, de las ideas y de los conocimientos, que constituyen algunos de los principios de un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación, suponen el derecho de todas las naciones no sólo a recibir sino a transmitir contenidos culturales, educativos, científicos y tecnológicos.

37.- Los medios modernos de comunicación de deben facilitar información objetiva sobre las tendencias culturales en los diversos países, sin lesionar la libertad creadora y la identidad cultural de las naciones.

38.- Los avances tecnológicos de los últimos años han dado lugar a la expansión de las industrias culturales. Tales industrias, cualquiera que sea su organización, juegan un papel importante en la difusión de bienes culturales.

En sus actividades internacionales, sin embargo, ignoran muchas veces los valores tradicionales de la sociedad y suscitan expectativas y aspiraciones que no responden a las necesidades efectivas de su desarrollo. Por otra parte, la ausencia de industrias culturales nacionales, sobre todo en países en vías de desarrollo, puede ser fuente de dependencia cultural y el origen de alienación.

39.- Es indispensable, en consecuencia, apoyar el establecimiento de industrias culturales, mediante programas de ayuda bilateral o multilateral, en los países que carecen de ella, cuidando siempre que la producción y difusión de bienes culturales respondan a las necesidades del desarrollo integral de cada sociedad.

40.- Los medios modernos de comunicación tienen una importancia fundamental en la educación y en la difusión de la cultura. Por consiguiente, la sociedad ha de esforzarse en utilizar las nuevas técnicas de la producción y de la comunicación para ponerlas al servicio de un auténtico desarrollo individual y colectivo, y favorecer la independencia de las naciones, preservando su soberanía y fortaleciendo la paz en el mundo.

Planificación, administración y financiación de las actividades culturales

41.- La cultura es el fundamento necesario para un desarrollo auténtico. La sociedad debe realizar un esfuerzo importante dirigido a planificar, administrar y financiar las actividades culturales. A tal efecto, se ha de tomar en consideración las necesidades y problemas de cada sociedad, sin menoscabo de asegurar la libertad necesaria para la creación cultural, tanto en su contenido como en su orientación.

42.- Para hacer efectivo el desarrollo cultural en los Estados miembros, han de incrementarse los presupuestos correspondientes y emplearse recursos de diversas fuentes en la medida de lo posible. Asimismo, debe intensificarse la formación de personal en las áreas de planificación y administración culturales.

Cooperación cultural internacional

43.- Es esencial para la actividad creadora del hombre y para el completo desarrollo de la persona y de la sociedad, la más amplia difusión de las ideas y de los conocimientos sobre la base del intercambio y el encuentro culturales.

44.- Una más amplia cooperación y comprensión cultural subregional, regional, interregional e internacional es presupuesto importante para lograr un clima de respeto, confianza, diálogo y paz entre naciones. Tal clima no podrá alcanzarse plenamente sin reducir y eliminar los conflictos y tensiones actuales, sin detener la carrera armamentista y lograr el desarme.

45.- La Conferencia reitera solemnemente el valor y vigencia de la Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional aprobada, en su 14a. reunión, por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

46.- La cooperación cultural internacional debe fundarse en el respeto a la identidad cultural, la dignidad y valor de la cultura, la independencia, las soberanías nacionales y la no intervención. Consecuentemente, en las relaciones de cooperación entre las naciones debe evitarse cualquier forma de subordinación o sustitución de una cultura por otra. Es indispensable, además, reequilibrar en intercambio y la cooperación cultural a fin de que las culturas menos conocidas, en particular las de algunos países en desarrollo, sean más ampliamente difundidas en los países.

47.- Los intercambios culturales, científicos y educativos deben fortalecer la paz, respetar los derechos del hombre y contribuir a la eliminación del colonialismo, el neocolonialismo, el racismo, el apartheid y toda forma de agresión, dominación o intervención.

Asimismo, la cooperación cultural debe estimular un clima internacional favorable al desarme, de manera que los recursos humanos y sumas ingentes destinados al armamento puedan consagrarse a fines constructivos, tales programas de desarrollo cultural, científico y tecnológico.

48.- Es necesario diversificar y fomentar la cooperación cultural internacional en un marco interdisciplinario y con atención especial a la formación de personal calificado en materia de servicios culturales.

49.- Ha de estimularse, en particular, la cooperación entre países en desarrollo, de suerte que el conocimiento de otras culturas y de otras experiencias de desarrollo enriquezcan la vida de los mismos.

50.- La Conferencia reafirma que el factor educativo y cultural es esencial en los esfuerzos para instaurar un nuevo orden económico internacional.

UNESCO

51.- En un mundo convulsionado por diferendos que ponen en peligro los valores culturales de las civilizaciones, los estados Miembros y la Secretaría de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura deben multiplicar los esfuerzos destinados a preservar tales valores y a profundizar su acción en beneficio del desarrollo de la humanidad. Una paz duradera debe ser establecida para asegurar la existencia misma de la cultura humana.

52.- Frente a esta situación, los objetivos de la UNESCO, tal como se definen en su Constitución, adquieren una importancia capital.

53.- La Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales hacen un llamado a la UNESCO para que prosiga y refuerce su acción de acercamiento cultural entre los pueblos y las naciones, y continúe desempeñando la noble tarea de contribuir a que los hombres, más allá de sus diferencias, realicen el antiguo sueño de fraternidad universal.

54.- La comunidad internacional reunida en esta Conferencia hace suyo el lema de Benito Juárez:

“Entre los individuos como entre las naciones, el respeto al derecho ajeno es la paz”.

Bibliografía.

<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>
http://sic.conaculta.gob.mx/index.php?table=marco_juridico
<http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derycul/cont/4/ens/ens11.pdf>
<http://www.agetec.org/ageteca/derecho.htm>
<http://www.legislacionypoliticaculturalmichoacan.gob.mx/material/1.1.PonenciaPer ezHector.pdf>
http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34603&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

B) MARCO HISTÓRICO.

Lo que hoy llamamos México, es la cuna de una de las seis civilizaciones más antiguas y con origen autónomo del mundo. En efecto, compartiendo con Egipto, Mesopotamia, China, India y la Zona Andina; México posee una de las matrices civilizadoras más antiguas e importantes del planeta.

La civilización del Anáhuac inició la sedentarización e invención de la agricultura en el sexto milenio antes de Cristo y mantuvo un proyecto de desarrollo humano durante siete mil quinientos años sin intervención de otra civilización. Todo cuanto se creó en el Anáhuac fue creación propia.

A partir de 1521 se inició un periodo de conquista/destrucción y colonización/explotación con los pueblos y culturas originarias, así como con sus recursos naturales. La colonización se sustenta fundamentalmente en la pérdida de la memoria histórica y la identidad cultural de los invadidos/colonizados, para que mantengan una posición pasiva y de resignación, así como la desvaloración de la cultura propia y la exaltación de la cultura ajena, para asumir una actitud de incapacidad e impotencia.

De 1521 a 1821 se implantó a sangre y fuego la cultura del invasor/colonizador destruyendo y menospreciando sistemáticamente la civilización del Anáhuac y sus múltiples y diversa culturas originarias, creándose el Virreinato de la Nueva España. El objetivo de la Colonia era la extracción de la riqueza a partir de la explotación de los pueblos y la depredación de sus recursos naturales a favor de la corona española. Esto se logró básicamente a través de borrar la memoria histórica y la identidad cultural de los pueblos originarios. Al perder la esencia de su identidad los individuos, las familias y los pueblos quedaron amnésicos, y por consiguiente indefensos, aptos para cualquier clase de dominación.

De 1821 a nuestros días se ha desarrollado un nuevo proceso a partir de que los criollos (hijos de extranjeros nacidos en México) vencieron y expulsaron a los gachupines (españoles nacidos en Europa). En efecto, a partir de una guerra civil, los criollos se independizaron de los

gachupines y formaron un país al que llamaron “México” e iniciaron un nuevo periodo que se conoce como periodo “neo-colonial”.

El modelo neo-colonial ahora fue inspirado en Francia y durante el siglo XIX se mantuvo el mismo modelo de explotación, solo que el estilo fue afrancesado. En la creación del país llamado “México”, los criollos no tomaron en cuenta la sabiduría y la experiencia de organización social de la milenaria civilización del Anáhuac, por el contrario, mantuvieron la acción destructiva y de desvaloración de las culturas originarias iniciada por los españoles.

En 1910 surge otro estallido social generado por los intereses expansionistas de Estados Unidos a través de la implantación de su Doctrina Monroe, las pugnas internas por el poder entre los criollos y los graves problemas de injusticia y explotación en que vivía la población en general. En 1921 surge un nuevo proyecto de país en el que nuevamente no se toma en cuenta a la experiencia de la civilización del Anáhuac y se sus culturas originarias. Esta exclusión cultural tiene que ver con el modelo y el ideal de país que se pretende crear, hora el modelo será los Estados Unidos.

En estos últimos quinientos años de mestizaje cultural, en dónde han intervenido pueblos y culturas de Europa, África y Asia, el resultado de esta mixtura es el enriquecimiento de la civilización Madre u originaria. En efecto, pese a la labor de destrucción, menosprecio y olvido, que ha sufrido la civilización del Anáhuac, ella se ha mantenido como base y cimiento de lo que hoy somos social y culturalmente. El “banco genético de información cultural”, para el caso de los pueblos de México, indiscutiblemente sigue siendo la matriz filosófico-cultural de la milenaria civilización del Anáhuac. Como una raíz indestructible sigue sosteniendo viva, los cimientos de lo que ahora somos, aunque tercamente no lo queramos o podamos ver, debido a la colonización mental y cultural que hemos sufrido estos quinientos años, pero que en el contexto de los ocho milenios que tenemos de desarrollo cultural no altera en lo fundamental, lo que somos en esencia.

Esto mismo se puede argumentar de pueblos y culturas tan antiguos como nosotros. La India y la China de hoy, por ejemplo, no se pueden entender sin su raíz, tan antigua y profunda como la nuestra. De la misma manera, no podremos entender culturalmente a los individuos,

a las familias y a los pueblos que hoy viven en lo que llamamos “México”, sin este milenario patrimonio cultural nacido en esta tierra, alimentado con estas raíces y enriquecido por otras culturas externas.

El principal problema de los gobiernos criollos ha sido mantener neciamente la negación de la existencia y los valores y los conocimientos de la civilización del Anáhuac, así como el de mantener el sistema colonial intacto desde 1521. La negación del “otro”, de sus derechos, valores, sentimientos, experiencias, anhelos, así como la exclusión en la conformación de la nueva nación y el justo reparto de la riqueza ha condenado a criollos, mestizos y pueblos originarios a vivir en un “laberinto de la soledad”. Despreciando lo propio y exaltando lo ajeno.

La civilización del Anáhuac es una sola, por múltiples y diferentes sean los pueblos y culturas que la habitan en tiempo y espacio. La civilización cuenta con una matriz-filosófica-cultural que inicia con la invención del maíz en el año 6000 a.C. pero que encuentra con los olmecas su personalidad definida en el periodo conocido como Preclásico en el año 1500 a.C. La misma matriz filosófico-cultural la encontramos con los toltecas en el periodo Clásico o de esplendor del año 200 A.C al 850 D.C. Y finalmente se mantendrá en el periodo Posclásico o decadente con los mexicas del año 850 a 1521 d.C.

Esta matriz filosófico-cultural se conoce como Toltecáyotl, entendiendo que es la experiencia y sabiduría de los toltecas en el arte de vivir en armonía. Esta sabiduría es la suma integrada de conocimientos que alienta el desarrollo humano a partir de cinco ejes rectores como son: la alimentación, la salud, la educación, la organización social y finalmente, la trascendencia espiritual de la existencia.

La figura o símbolo central de esta filosofía o legado histórico-cultural esta representado en Quetzalcóatl o la Serpiente Emplumada. En donde el quetzal significa metafóricamente el Espíritu a través del ave más bella en el mundo anahuaca, que eleva su vuelo en busca de los espacios divinos; y el cóatl o serpiente, que simbólicamente representa a la materia que reptar por el mundo terrenal sujeto a las fuerzas gravitatorias que nos arrojan al abismo de la estupidez humana. De esta manera el Quetzal-cóatl es la encarnación conciente

del equilibrio entre los constituyentes de nuestra finita existencia: el Espíritu y la materia.

La lucha por equilibrar este par de opuestos complementarios, los toltecas metafóricamente la llamaron “Batalla Florida”, misma que se libra en nuestros adentros y tiene como objetivo metafóricamente “hacer florecer el corazón”. Por ello, las armas de los Guerreros de la Muerte Florecida eran “Flor y canto”, metáfora que representa la belleza como símbolo del “equilibrio” y al canto, como símbolo de la sabiduría, pues debemos de recordar que los toltecas filosofaban a partir de metáforas poéticas. La trascendencia espiritual de la existencia era el objetivo supremo y máximo logro de los toltecas de la civilización del Anáhuac.

De esta manera la Serpiente Emplumada estará presente con los olmecas en el periodo Preclásico, se mantendrá con los toltecas en el periodo Clásico y la encontrarán los españoles con los mexicas en el periodo Posclásico. La Serpiente Emplumada los pueblos nahuas le llamarán Quetzalcóatl, los mayas, Cuculcán, los zapotecas Buelaguetza, etc. Cada pueblo la llamará y la representará en diferentes formas, pero todos se referirán al mismo concepto generador de la matriz filosófico-cultural, la búsqueda trascendente del equilibrio entre el Espíritu y la materia.

Esto nos permite entender la totalidad, profundidad y continuidad del patrimonio cultural que poseemos los mexicanos a través de la Toltecáyotl y la civilización Madre del Anáhuac. Si rascamos un poco en la epidermis de un “mexicano-urbano-moderno”, encontraremos a la Toltecáyotl manifestándose de mil maneras en nuestra vida cotidiana a través de sentimientos, valores, actitudes y meta aspiraciones, que la colonización nos impide verla y entendernos.

Los descendientes culturales de la civilización del Anáhuac, somos los hijos de los hijos de los Viejos Abuelos. La matriz filosófico-cultural no ha muerto o se ha perdido. Por el contrario, se mantiene incólume, el problema es que la colonización mental y cultural nos impide vernos a nosotros mismos.

Fruto de esta civilización hoy hemos heredado por lo menos cinco “elementos culturales” que identifican y distinguieron a la civilización

del Anáhuac de las demás de origen autónomo. El primer elemento cultural es que fuimos la única civilización Madre que “inventó” su alimento. En efecto, mientras las demás “domesticaron” un grano que estaba en esto silvestre en la naturaleza, fuera el trigo o el arroz, nuestros Viejos Abuelos transformaron hace ocho milenios a través de lo que hoy llamamos “ingeniería biogenética” el teozintle (un pasto) en el maíz. El maíz no es una planta creada por la naturaleza, es fruto de la sabiduría, observación y mente creativa de nuestros antepasados. Esta actitud representa un “Elemento Cultural” y un valor que nos constituye fundamentalmente en nuestro ser y hacer. Somos un pueblo de creadores y científicos.

El segundo elemento cultural es que fuimos la única civilización Madre que creó y mantuvo a lo largo de tres milenios, un sistema de educación obligatorio y gratuito. Los niños y jóvenes en el Anáhuac, desde los remotos tiempos de los olmecas hasta los mexicas mantuvieron, a lo largo de tres mil años, en su sociedad la “cultura educativa”. Ir al telpochcalli, al cuicacalli y al calmécac fue una obligación en la formación de los individuos y la sociedad. Esta riqueza cultural nos formó y nos dio “un rostro propio y un corazón verdadero” a lo largo de tres milenios. Los descendientes culturales de los toltecas son “gente educada”, y aunque se les haya privado de la instrucción académica por la colonización los últimos quinientos años, su naturaleza es de respeto y honorabilidad, de decencia y conciencia ciudadana. Somos un pueblo de gente educada y eso representa una expresión muy importante del patrimonio cultural intangible.

El tercer elemento cultural es que a pesar de haber inventado el cero matemático antes que cualquier pueblo del mundo o haber logrado, gracias al uso y aplicación de las matemáticas, la geometría y la astronomía, la cuenta perfecta del tiempo. A pesar de ese espíritu observador, investigador y científico, jamás en siete mil quinientos años de desarrollo humano inventamos las armas. En efecto, las armas que heredamos del periodo prehistórico: la lanza, el arco y la flecha, el escudo, el mazo y la honda, fueron las mismas con las que enfrentamos a la invasión europea. El Espíritu de los anahuacas es eminentemente pacífico, alejado de la belicosidad y la agresividad. La guerra fue una metáfora filosófica y aún en los tiempos decadentes, la guerra de los mexicas era simbólica, toda vez que estaba prohibido matar al enemigo. Nuestro desarrollo no se sustentó en el poderío y

tecnología militar, especialmente en el periodo Clásico. Los mexicas fueron un pueblo trasgresor del legado de sabiduría de Quetzalcóatl y la Toltecáyotl. Desde Moctezuma Ilhuicamina en 1440 y debido a la intervención del Cihuacóatl Tlacaélel, la Guerra Florida tolteca de carácter espiritual se convirtió en una guerra imperialista en contra de sus vecinos a los que impusieron fuertes tributos e implantaron el sacrificio humano, pero eso fue solo por un periodo muy corto de tiempo, de 1440 a 1521, es decir, tan solo 81 años de transgredir el espíritu pacifista de la milenaria civilización del Anáhuac.

El cuarto elemento cultural se encuentra presente en el tipo de relación social que desarrollaron a lo largo de siete milenios y medio nuestros Viejos Abuelos al no inventar ni usar la moneda. En efecto, mientras otras civilizaciones han sustentado su desarrollo en las armas y en el atesoramiento, es decir, en la guerra y el comercio, nuestros antepasados por milenios a pesar de tener tianguis cada cinco días, jamás inventaron y usaron la moneda. La base del intercambio fue el trueque, el justo y equitativo intercambio de mercancías sin el objetivo del lucro, el atesoramiento y la explotación. Esto implica también una austera y sobria forma de vida, en la que el consumo, la comodidad y el lujo, no eran elementos fundamentales de sus objetivos personales, familiares y sociales. Los proyectos sociales y personales estaban más en el mundo del espíritu que en el de la materia. Y como en las armas, fueron los mexicas en los últimos 81 años de su imperio, los que empezaron a usar el cacao, pequeñas hachas de cobre y la sal, como primeros instrumentos de cambio, pero no legaron a ser moneda como tal.

El quinto elemento cultural se encuentra inmerso en el modelo de sociedad. En efecto, los antiguos habitantes del Anáhuac fueron una sociedad comunitarista en la que no existió la propiedad privada. La tierra era considerada propiedad de la comunidad. La sociedad se concebía como un águila en donde cada parte de la comunidad representaba una parte del ave, según su responsabilidad y aporte al bienestar y desarrollo de la comunidad. Los niños y los ancianos se consideraban responsabilidad de la comunidad, así como el trabajo que se debía realizar para construir y mantener los edificios públicos y religiosos, los caminos, los sistemas del agua potable y el riego, etc. El gobierno y la administración se construían de la familia nuclear hasta llegar al Tlatócan o consejo supremo, pasando por los calpulli y el

huey calpulli y demás formas de participación comunitaria. El fundamento era servir a la comunidad y el “mandar obedeciendo” es un legado cultural de la milenaria civilización del Anáhuac que sigue presente en el subconsciente de los pueblos y culturas del México contemporáneo y que en el estado de Oaxaca, por ejemplo, se mantiene vivo en cientos de municipios que siguen “los usos y costumbres” ancestrales para gobernarse.

Finalmente diremos que fruto de esta inmensa riqueza cultural del México antiguo, que sigue viva y presente en nuestras sincréticas formas de vivir. Que estos elementos culturales siguen vivos, vigentes y vibrantes en nuestra sociedad y que se manifiestan de muchas formas, en ocasiones abiertamente, en otras ocasiones bajo el camuflaje del sincretismo cultural, pero están ahí, apoyando lo mejor de nosotros mismos como individuos, familias y pueblos. La feroz colonización mental ha tratado de que pensemos que todo este maravilloso y antiguo legado de sabiduría se acabó brutalmente en 1521, pero eso es totalmente falso, un maléfico espejismo para mantenernos esclavos y serviles, indefensos y vulnerables, inseguros e impotentes.

El promotor cultural requiere conocer la matriz filosófica cultural de la civilización Madre y comprender y diagnosticar las manifestaciones sincréticas en las que se nos presentan en las culturas indígenas, campesinas y urbanas, para poder incidir con mayor eficacia en proyectos culturales que fortalezcan la identidad cultural y con ello aumenten la auto estima, para finalmente elevar la calidad de vida de las personas, familias y comunidades. Solo a partir de tener un sólido marco histórico, el promotor cultural podrá encontrar la excelencia en su trabajo.

La promoción cultural requiere “usar” a la historia como recurso de identidad. Porque, sí no sabemos de dónde venimos, no podemos entender en dónde estamos y mucho menos, podremos definir a dónde deseamos ir. El futuro de México es su pasado.

Bibliografía

- * Varios autores.
"Nueva historia mínima de México". Colegio de México. Méx. 2005
- * Séjurné, Laurette.
"Pensamiento y Religión en el México Antiguo" Fondo de Cultura Económica, Breviarios No 128. México. 1980. –
"El Pensamiento Náhuatl cifrado por los calendarios". Editorial Siglo XXI. México. 1981.
- * León Portilla, Miguel.
"Los Antiguos Mexicanos". F.C.E. México. 1961.
"Toltecáyotl". F.C.E. México. 1983.
"La Filosofía Náhuatl". U.N.A.M., México. 1979.
"De Teotihuacán a los Aztecas. Lecturas Universitarias # 11 UNAM. 1977.
"Huehuehlahtolli, testimonios de la antigua palabra" SEP/FCE. Méx. 1991.
"El reverso de la conquista". Joaquín Mórtiz. Méx. 1980.
- * Bonifaz Nuño, Rubén.
"Imagen de Tláloc". U.N.A.M. México. 1988.
"Cosmogonía Antigua Mexicana". U.N.A.M. México. 1995.
"Olmecas: Esencia y Fundación". El Colegio Nacional. México. 1992.
"El Cercado Cósmico" de la Venta a Tenochtitlán. Fundación de Investigaciones Sociales, A.C. México. 1985.
- * Marín, Guillermo.
"Historia verdadera del México Profundo". CEACM. Méx. 2007
"Los Guerreros de la Muerte Florecida". ISESO. Méx. 2007
"La corrupción en México, una estrategia de resistencia cultural. ILUSA. Méx. 2001
"Los Viejos Abuelos, nuestra raíz indígena". UNIVAS. Méx. 2000
"Daany Beédxe, el espíritu del guerrero". Plaza y Valdes. Méx. 1997

C) MARCO CONCEPTUAL

c.1. Definición de Cultura. El diccionario de la real Academia Española nos dice, “cultur” (del latín cultura). Elemento compositivo que entra pospuesto en la formación de algunas voces españolas con el significado de (cultivo, crianza)”. Existen muchas definiciones sobre cultura que no viene al caso mencionarlas. Trataremos de acercarnos a una serie de ideas que nos aclaren el concepto.

La palabra “cultura” está vinculada al cultivo de la tierra, y este a su vez, con la creación y desarrollo de la civilización. El Dr. Bonfil Batalla nos dice al respecto, “la reducción de la fauna y la mayor dependencia de la recolección influyeron seguramente en el inicio de un proceso fundamental: la domesticación y el posterior cultivo de las plantas. La civilización mesoamericana surge como resultado de la invención de la agricultura. Este fue un proceso largo, no una transformación instantánea. La agricultura se inicia en las cuencas y los valles semiáridos del centro de México entre 7,500 y 5,000 años antes de nuestra era. En este período comienzan a domesticarse el frijol, la calabaza, el huautli o alegría, el chile, el miltomate, el guaje, el aguacate y, por supuesto, el maíz constituye el logro fundamental y queda ligado de manera indisoluble a la civilización mesoamericana. Su domesticación produjo el máximo cambio morfológico ocurrido en cualquier planta cultivada; su adaptación permitió su cultivo en una gama de climas y altitudes que es la más amplia en comparación con las demás plantas de importancia. Debe recordarse que el maíz sólo sobrevive por la intervención del hombre, ya que la mazorca no dispone de ningún mecanismo para dispersar las semillas de manera natural es, de hecho, una criatura del hombre. Del hombre mesoamericano; y éste, a su vez, es el hombre del maíz, como lo relata poéticamente el Popol Vuh, “libro de los acontecimientos” de los mayas Quichés:(Pág.24).

De esta manera podemos suponer que la invención de la agricultura, le permitió al ser humano, además de la necesaria y vital alimentación, disponer de un mayor tiempo para crear otras actividades que le permitieron paulatinamente ir satisfaciendo necesidades con mayor grado de complejidad.

El filósofo español José Ortega y Gasset nos dice con respecto a la cultura, “la vida es primeramente un conjunto de problemas esenciales a los que el hombre responde con un conjunto de soluciones: “la cultura”. Como son posibles muchos conjuntos de soluciones, quiere decirse que han existido y existen muchas culturas... la cultura no consiste en otra cosa que hallar una ecuación con que resolvamos el problema de la vida.”

Como se ve, la palabra cultura está asociada, por una parte, a la agricultura y por otra, a la búsqueda de la solución de los grandes problemas del ser humano de todos los tiempos. Al hombre le establecen dos grandes áreas de necesidades; por un lado, las llamadas “materiales” y que tienen que ver con los satisfactores esenciales para poder mantener la vida en condiciones propicias, para tratar de resolver, por otro lado, las necesidades llamadas de tipo espiritual, que siendo de carácter subjetivo, en ocasiones llegan a ocupar la mayor atención y preocupación humana. La búsqueda de soluciones y el equilibrio que se supone deben de guardar, y que transmitiendo de una generación a otras, es lo que podemos llamar “cultura”.

Los animales, en especial los que se encuentran en estado natural, cuentan con el instinto para sobrevivir. El instinto puede ser considerado como cierta información genética, que se va transmitiendo de una generación a otra, a través de “ensayo y error”, que le permite al individuo y a la especie la sobre vivencia. De igual forma, el ser humano ha ido guardando a través del tiempo, cierta información que le fue y sigue siendo eficaz para resolver algún problema determinado, tanto de orden material como inmaterial o espiritual, a toda esta información, que es un conocimiento sistemático y muy complejo, en una grandísima gama de actividades del quehacer humano, le podemos llamar cultura. Así el animal tiene instinto para sobrevivir, **el ser humano tiene la cultura para sobre vivir en su medio ambiente y trascender su existencia.**

En otras palabras, la cultura es la manera en que un individuo o un pueblo interpretan la vida, tanto en lo material como en lo espiritual, tanto en lo objetivo como en lo subjetivo y los elementos que se llega o construye, sean materiales o espirituales. La suma de estos conocimientos, que tratan de explicar las preguntas milenarias que el

ser humano de todos los tiempos y lugares ha tratado de resolver-
¿Quién soy yo; qué hago aquí o para qué vivo; de dónde vengo o cuál
es mi origen; y a dónde voy, qué hay después de esta vida?

La cultura es pues, una serie de respuestas a los diversos problemas,
objetivos y subjetivos que el ser humano se plantea en su existir. En la
cultura están de hecho, todas las actividades posibles que realiza el
ser humano. De hecho, **todo lo que hace el ser humano es cultura**.
De lo que se desprende que:

a).- No existen personas o pueblo sin cultura, sino diversas culturas o
formas de entender la vida y resolverla; b).-Que el ser humano realiza
muchas actividades como la guerra, el crimen, la enajenación, etc.,
que son nocivas para la vida humana, en lo particular para un
individuo o en lo general para un pueblo; sin embargo, no pueden
dejarse de considerar como actividades culturales. Por ello, se
establece que si bien el ser humano es un creador de cultura, existen
dos tendencias que prevalecen en la cultura; la que llamamos
“**biófila**” que busca desarrollar y enaltecer la vida humana, y la cultura
“**necrófila**” que niega los valores más elevados de la conciencia y
destruye o atenta contra la vida.

Finalmente diremos dos cosas: la primera es que resulta común usar
indistintamente los términos de cultura y arte como si fueran
sinónimos. Nada más equivocado que esto. El arte es una de las
tantas actividades o facetas de la cultura. El arte está contenido en la
cultura. Desde el siglo XVI la cultura europea a través del dominio
militar, económico y político, ha ejercido un papel dominante y ha
subordinado en mayor o menor medida a las demás culturas de la
tierra. El verdadero rostro de la cultura europea es el de la guerra, el
comercio y un culto fanático por la tecnología, especialmente enfocada
a la industria militar. Esta omnipotencia y omnipresencia ha impuesto
el concepto equivocado de que Cultura y arte son sinónimos. En
efecto, los colonizadores europeos después de invadir y destruir a un
pueblo y su cultura, han impuesto su forma necrofilia-materialista de
ver y sentir la vida y el mundo a través de la explotación de los
pueblos vencidos, la depredación de sus recursos naturales y su
convulsivo afán de dominio y menosprecio, esencia real de los valores
en los que se sustenta la cultura europea. Pero para esconder el
verdadero rostro y el corazón de esta cultura necrófila; la esconden, la

tratan de encubrir bajo una visión artística. Así, imponen los modelos artísticos de las elites europeas del poder, y a esto le llaman “La Kultura” (con k); porque los colonizadores nunca impusieron como modelo de “cultura”, las manifestaciones artísticas de las llamada cultura popular de los pueblos europeos. En México desde 1521 en que fue derrotado el pueblo y la cultura anahuaca, primero los conquistadores y después los colonizadores, han importado los modelos artísticos de las elites europeas de poder. A esta importación de modelos artísticos le llamaron “La Kultura”. A la promoción y difusión de las actividades artísticas importadas de Europa, se le conoció y se le sigue señalando como, “promoción y difusión de la cultura”. La cultura de la civilización invadida, que es la de los pobres, se le ha conocido como culturas populares, autóctonas, primitivas, aborígenes. A la promoción y difusión de estas manifestaciones se les discrimina nombrándolas folklore, artesanías, tradiciones y costumbres, pero jamás “se podrá igualar a las manifestaciones artísticas de las clases dominantes europeas” y por lo consiguiente a la llamada “Kultura Occidental”.

De esta manera el Promotor Cultural se convierte en tan solo un promotor de las manifestaciones artísticas de las clases dirigentes europeas. Lo que en el medio se conoce como “la cultura de las bellas artes europeas” manteniéndose, por lo general, lejos de las formas artísticas y culturales de los pueblos originarios y mestizos de México. De esta forma no se puede identificar la cultura de un pueblo, tan sólo por su arte, y no se debe plantear proyectos culturales para una comunidad, enfocándolos sólo desde la perspectiva del arte (aunque represente una de sus áreas vitales).

La segunda, que una forma de tratar de explicar lo que es la cultura, podría ser diciendo lo que no es cultura, y lo que no es cultura, es la natura. En efecto, en donde el ser humano no haya puesto su planta, y la naturaleza esté virgen, ahí no existe cultura, tan sólo natura. Pero baste que en el bosque o selva se abra un camino, o que unas piedras sean talladas, perdiendo sus formas primigenias, porque ahí aparece inexorable una manifestación de la cultura. Por ello el ser humano es un creador, portador y recreador de la cultura.

Si bien, como se dijo, todo lo que hace el ser humano es cultura, el Promotor Cultural debe determinar su campo de trabajo; partiendo de

la idea de que la cultura se puede dividir en dos áreas, la **biófila** y la **necrófila**. El Promotor Cultural deberá trabajar en el área de la primera y a su vez de está, deberá seleccionar aquellas acciones que en especial promuevan el bienestar espiritual de la comunidad para elevar su calidad de vida.

Todos los pueblos a lo largo del tiempo han ido elaborando una gama muy compleja de actividades que favorece el desarrollo espiritual de los individuos en particular y de la comunidad en general, y que se encuentran íntimamente ligadas a otro tipo de actividades, que pueden ser productivas, recreativas, religiosas, creativas, artísticas, etc. y porque han funcionado, han sido incorporadas a las costumbres y tradiciones, que le dan una personalidad específica a cada pueblo.

c.2.Propuesta esquemática de la cultura.

Si todo lo que hace el ser humano es cultura, podríamos aproximarnos a un esquema que nos permita hacer accesible el entendimiento de un concepto especialmente abstracto.

A través de un círculo abarcaríamos todo el “hacer” humano (Fig.1); lo que no está dentro del círculo, sería la “naturaleza en estado virgen”. Pero todo lo que hace el ser humano, podemos afirmar que una parte es biófila, porque enaltece y desarrolla la vida; y otra parte es necrófila, porque destruye y degrada la vida; (Fig.2). De la misma forma, dentro de ese círculo que representa todo el hacer humano, podemos afirmar que una parte está encaminada a resolver las necesidades de orden material, para asegurar la sobre vivencia y la otra parte, está encaminada a tratar de solventar las necesidades de carácter espiritual o intangible. Porque tanto los individuos como las sociedades, enfrentan necesariamente, después de resolver los problemas de tipo material, los problemas de orden intangible, que tienen que ver con la “trascendencia” del “SER” y que generalmente se resuelve a través de los valores universales de lo humano, como es el amor, la amistad, la solidaridad, la fraternidad, fuerzas espirituales que subyacen en el fondo de la mayoría de las tradiciones, fiestas, usos y costumbres de los pueblos (Fig.3).

Si a este círculo con sus cuatro compartimentos (Fig4), dos materiales, uno biófilo y otro necrófilo y dos espirituales o intangibles, también uno biófilo y el otro necrófilo. Podemos trazar un triángulo equilátero,

significando la búsqueda y desarrollo de la humanidad. Desde una base material, elevándose para encontrar el vértice superior de su evolución y en su caso, también de destrucción. (Fig.5).

En este esquema suponemos de todo lo que hace la humanidad es cultura. Pero encontramos una parte biófila material (A), preocupada por producir los satisfactores materiales de la sociedad (alimentos, casas, herramientas, vestido, etc.) que aseguran la sobre vivencia material. Pero de igual manera, existe una producción material necrófila (B) con la que se destruye y daña materialmente a la sociedad (armas, drogas, alimentos y productos “chatarra”, etcétera).

Tenemos también, una parte biófila espiritual (C), preocupada en favorecer los procesos individuales y sociales de la “**trascendencia del SER**”, razón y esencia de la existencia (la religiosidad, la sabiduría, “LA CREACIÓN ARTÍSTICA”, las tradiciones, fiestas usos y costumbres, etc.). Pero también encontramos su opuesto, necrófilo (D), en un encauzamiento negativo de la inteligencia y los sentimientos hacia la producción y reproducción de ideas y sentimientos destructivos, que afectan al ser humano en lo individual y en lo colectivo, (consumo, racismo, violencia, individualismo, xenofobia, etc.).

El desarrollo cultural se encuentra ubicado en el ángulo superior del desarrollo biófilo de las fuerzas espirituales del ser humano y la sociedad. La llamada Cultura popular y las artes, están encaminadas a alentar el acrecentamiento de los niveles de la calidad de vida, a través del desarrollo espiritual de un pueblo. Por ello el Promotor Cultural no es y no puede ser tan solo, un promotor de artistas o un promotor de espectáculos artísticos...únicamente.

El Promotor cultural es un **AGENTE DEL DESARROLLO CULTURAL**, y su trabajo esta encaminado a elevar la calidad de vida de la comunidad a través de la revalorización de las tradiciones y costumbres, fortalecer la memoria histórica para acrecentar la identidad cultural, apoyar la sensibilidad y creatividad de las personas y niños en especial, para que a través de la exploración de las artes la educación sea integral formando ciudadanos sensibles y concientes de su patrimonio histórico, artístico y cultural.

En síntesis, trabajar con la población para **HUMANIZAR EL DESARROLLO MATERIAL-ECONÓMICO, ABRIENDO ESPACIOS PARA FORTALECER LA IDENTIDAD CULTURAL, RECUPERAR LA MEMORIA HISTÓRICA Y AMPLIAR EL MARCO DEMOCRÁTICO ENTRE SOCIEDAD Y ESTADO.**

c.3. El trabajo cultural. (No solamente de pan vive el hombre-voz popular). Los seres humanos para perpetuar la vida y la especie, requieren del desarrollo de actividades que les permitan satisfacer las necesidades materiales. El tipo de alimentación, techo y vestido por citar un ejemplo, determinarán EL NIVEL DE VIDA (lo material). Pero el ser humano tiene otro tipo de necesidades que no son materiales, como: el amor, la solidaridad, la identidad, la espiritualidad, la trascendencia, etc. A este tipo de necesidades se les llama intangibles o espirituales. Son estas necesidades y su grado de satisfacción las que les determinan la CALIDAD DE VIDA (lo espiritual). No necesariamente el aumento en el nivel de vida, se traduce en el aumento de la calidad de la vida. De esta manera una parte muy importante del trabajo cultural, es eminentemente COMUNITARIO Y ESPIRITUAL: pretende apoyar los mecanismos que ha elaborado una comunidad a lo largo de los siglos, que tienen como objetivo propiciar el desarrollo y bienestar de la comunidad, tratando de equilibrar el desarrollo material con el desarrollo espiritual, tanto del individuo como el de la comunidad.

c.4. Los Elementos Culturales. Tomado de la Teoría del Control Cultural diremos que los Elementos Culturales son la parte indivisible de la Cultura. Son como “los adobes con los que cada comunidad construye su estructura cultural”. Dos comunidades vecinas pueden tener casi los mismos elementos culturales, pero la colocación de ellos, harán diseños parecidos pero **diferentes**. El Dr. Guillermo Bonfil Batalla nos dice: “Por elementos se entiende **los recursos** de una cultura que resulta necesario poner en juego para formular y realizar un propósito social”. Cada comunidad ha elaborado a través del tiempo diversos “ELEMENTOS” con los cuales le permite mantener sus fiestas, tradiciones, usos y costumbres, “su forma de ser, hacer y entender el mundo y la vida”. El Dr. Bonfil Batalla nos señala 5 clases de elementos culturales; 1).-**Los materiales**, naturales o los que ha transformado el hombre. De los primeros señalaremos: la tierra, un bosque, un desierto, una playa. De los segundos: Una iglesia, un

puede un sistema de riego. 2).- **De organización**; que se refieren a las relaciones sociales sistematizadas que facilitan la participación de la comunidad. Tales como las mayordomías, el tequio, las faenas, las cofradías, el sistema de cargos, organización para la producción. 3).- **De conocimientos**; que se refieren a las experiencias asimiladas y sistematizadas, que han comprobado su eficacia para resolver problemas a través del tiempo, tales como la herbolaria, la forma de hacer la milpa, la manera de trabajar el barro o construir una casa. 4).- **Simbólicos**; códigos de comunicación y representación, signos y símbolos como: rituales en los atrios de las iglesias, canciones y bailes, la forma de utilizar el vestuario, objetos de significación comunitaria. 5).- **Emotivos**; sentimientos, valores y motivaciones compartidos: la subjetividad como recurso nos dice el autor mencionado.

Como se nos dijo, los “elementos culturales” son **recursos** con los que un grupo humano va elaborando a través del tiempo su proyecto de “existencia y de trascendencia”, resolviendo sus problemas de supervivencia material y de trascendencia espiritual. Los elementos culturales como la propia cultura no es algo “estático” e “inamovible”, por el contrario una de sus características vitales, es que son dinámicos, como la cultura. Cambia, se transforma y adecua, según los cambios de las condiciones de la vida y el medio ambiente. Algunos de estos elementos en ocasiones cambian de “forma” pero no de fondo. Hay que observar que los elementos culturales y la cultura misma tienen la misión de procurar el mantenimiento y revitalización de valores “espirituales” básicos como la solidaridad y fraternidad, la familia, los elementos morales y que interdependientes e interconectados en el tejido social en su conjunto, le dan a cada grupo un rostro propio y una personalidad definida.

Se recomienda que el Promotor Cultural previa realización de un diagnóstico, reflexione, conozca y estudie los elementos culturales de la comunidad donde pretende interactuar. La investigación y diagnóstico de los elementos culturales de una comunidad, representan un paso fundamental para dejar el empirismo y la improvisación en la promoción cultural, tratando con ello, de que sus proyectos y acciones emanen o tengan sus raíces en estos procesos, que con el tiempo han comprobado su eficacia, tratando en lo posible que su trabajo no “importe” elementos culturales foráneos. Esto no

necesariamente es una regla, pero resulta recomendable. Finalmente, el verdadero desafío del Promotor Cultural es que pueda lograr la revitalización de los elementos culturales de cada comunidad a través, no sólo de la revaloración, sino de lo que es fundamental, de que las decisiones sobre los elementos culturales sean propias y en caso contrario, des-enajenar las decisiones sobre los elementos culturales, para que estas decisiones vuelvan a ser propias y los elementos culturales regresen a la comunidad.

c.5. El Patrimonio Cultural.

El patrimonio en principio es “un valor heredado”. Es un bien que nos enriquece y nos fortalece. Cuando hablamos de Patrimonio Cultural nos estamos refiriendo a los elementos culturales (materiales, de organización, de conocimiento, simbólicos y emotivos) que hemos recibido de la vida y experiencia de los que nos antecedieron en el tiempo de los “abuelos y los viejos abuelos”. Son el conjunto de soluciones a los problemas esenciales, individuales y colectivos, que representan en su conjunto, nuestra herencia, nuestro patrimonio; con el cual contamos para resolver los problemas que ahora a nosotros nos toca resolver.

El Patrimonio Cultural se puede dividir en dos grandes tipos. **El Patrimonio Cultural Tangible**, que se refiere a los **OBJETOS**; tales como: edificios, monumentos, objetos de arte, de producción, de uso cotidiano.

El Patrimonio Cultural intangible es el que se refiere a los **SUJETOS**, a lo aprendido, sentido, pensado, recordado por los sujetos y no es posible tocarlo físicamente. El ámbito del patrimonio cultural intangible se encuentra en lo intangible, en lo simbólico, en lo emotivo, en los usos, tradiciones y costumbres, en los conocimientos de una comunidad, es el campo natural de trabajo del Promotor Cultural, porque el Patrimonio Cultural Tangible está determinado por leyes, reglamentos e instituciones oficiales, así como con especialidades tales como; la arquitectura, la arqueología, la restauración, etc. El Promotor Cultural frente al Patrimonio Cultural Tangible lo que puede hacer es una función de gestoría ante las instancias oficiales competentes y en su caso la concientización y difusión en la

comunidad, de los valores artísticos o históricos de estos objetos o inmuebles.

Existe otro Patrimonio Cultural que poseen los pueblos, nos referimos al Patrimonio Natural, es decir, a la tierra, las montañas, selvas, desiertos, flora, fauna, climas y aguas. Estos elementos deben considerarse un Patrimonio, pues, a través de ellos el ser humano elabora sus proyectos sociales y en mucho influirán en la forma de “SER Y HACER” de un grupo humano.

c.6. La Identidad Cultural. El ser humano es un ser social y por tanto requiere de una identidad personal y una identidad comunitaria. Cada uno de nosotros tiene un nombre y tiene una familia, se pertenece así mismo y se identifica con su grupo familiar. Somos lo que recordamos, como individuos, familia y comunidad. La identidad esta íntimamente ligada a la memoria.

Las personas tienen la necesidad de pertenencia a un grupo humano y a un lugar determinado. Cada ser humano es diferente pero comparte elementos y valores comunes a todos, que los unifica y los distinguen. La identidad cultural se conforma por los elementos culturales y el patrimonio cultural que le son comunes a un grupo humano. Pueden existir identidades culturales de tipo local, estatal, regional, nacional, continental, hasta una dimensión planetaria. La identidad nos da sentido, individualidad y nos permite diferenciarnos y conocer “a los otros”, sin el peligro de dejar de ser uno mismo. Si no tuviéramos sentido de identidad, correríamos el riesgo de desaparecer “fundidos en los otros”. La identidad nos permite saber quiénes somos, de dónde venimos, pero fundamentalmente nos permite determinar a dónde deseamos ir. En efecto, los recuerdos, la memoria, los sentimientos y valores, están vinculados con la identidad cultural, y esta a su vez, con el Patrimonio Cultural, que en conjunto nos dan **“un rostro propio y un corazón verdadero”**. Elementos y valores culturales que son compartidos por un grupo humano y que los identifica y que van modificándose con el tiempo.

La UNESCO mantiene tres postulados sobre Identidad Cultural. 1).- No hay dos culturas iguales, a lo sumo parecidas. 2).- Todo pueblo o grupo social tiene una cultura propia y por ende una Identidad Cultural. 3).- No hay culturas superiores, ni inferiores, sólo distintas.

La Identidad Cultural, es tal vez, una de las áreas prioritarias de trabajo del Promotor Cultural debido a que nuestro país, a pesar de tener un Patrimonio Artístico, Histórico y Cultural, de los más antiguos y único en el mundo, los mexicanos enfrentamos una “amnesia” debido a la feroz colonización que hemos sufrido en estos cinco siglos de colonización. Los mexicanos de esta manera, **“somos extranjeros ignorantes en nuestra propia tierra”**, nos interesa conocer más de otras culturas, actuales o antiguas, que de nuestra cultura Madre. Por ello, el Promotor Cultural deberá encaminar todo su trabajo en el fortalecimiento de la Identidad Cultural. Trabajar con su comunidad la necesidad imperiosa de saber ¿quiénes somos?, ¿de dónde venimos?, ¿quiénes fueron nuestros antepasados?, ¿qué hacían?, ¿cómo lo hacía?, ¿qué pensaban?, ¿qué sentían?. Estas y muchas otras preguntas más deberán ser contestadas. Lo sorprendente es que el Promotor Cultural encontrará en la propia comunidad las respuestas. Las encontrará sobreviviendo en el límite de lo inimaginable, de manera encubierta, de manera furtiva. Porque el día que no existan estas respuestas en la propia comunidad, ésta habrá desaparecido.

c.7. Sobre la Identidad Nacional. Es lo que identifica a un grupo humano con un Estado (nación o grupo de naciones sometidas a un mismo gobierno). Los elementos que constituyen la identidad Nacional son: 1) el territorio. 2) la historia. 3) los símbolos patrios (himno nacional, bandera, escudo nacional, la constitución, la Campana de Dolores, etc.). La Identidad Cultural y la Identidad Nacional **son diferentes**, en tanto la primera, es eminentemente cultural e histórica; y la segunda, mantiene un carácter político, económico e ideológico. La Identidad Cultural se empezó a formar en lo que hoy es nuestro país, hace más de ocho mil años; a través de generación en generación e intervinieron de una u otra forma, todas las personas que vivieron antes que nosotros. La Identidad Nacional, se inició cuando los criollos se lograron independizar de la corona española y dejaron de ser el Virreinato de la Nueva España y pasaron a conformar una Nación-Estado, como en esos momentos (principios del siglo XIX) se estaban conformando en Europa. La Identidad Cultural en nuestro país tiene más de ocho mil años y nace cuando el ser humano prehistórico descubre la agricultura y desarrolla los procesos de sedentarización; la Identidad Nacional nace en 1821 cuando al consumarse la independencia de España, un grupo de personas con ideales,

ideologías, intereses políticos y económicos deciden crear un país al que llamarán “México”, aunque los milenarios pobladores originarios de esta tierra le llamaban “Anáhuac”.

c.8. La Pluralidad Cultural. Es la aceptación de que existen “otros” seres humanos diferentes a nosotros, **que poseen los mismos derechos y tienen las mismas oportunidades.** Es la posibilidad de que en un mismo tiempo y en un mismo espacio convivan dos o más culturas, que existan diversas formas de interpretar el mundo y la vida, sin que unas sean menos que otras, sin que una tenga que dominar y explotar a las otras. Cuando una cultura domina e impone sus valores sobre las explotadas-dominadas, se les conoce a la primera como **cultura dominante** y a las segundas como **culturas subalternas o dominadas.** El pluralismo cultural se basa en la necesidad de reconocer la diversidad de los pueblos en el mundo, y esto significa reconocer los derechos específicos que estos pueblos tienen. **México es un país pluri cultural, pluri lingüístico y pluri étnico.** Durante más de ocho mil años, diversos pueblos y culturas, convivieron en estrecha relación, formando una de las civilizaciones más antiguas del mundo. En los últimos quinientos años, en el territorio que hoy conforma nuestro país, se han mezclado, pueblos y culturas de América, Europa, África y Asia. México es un país que tiene el orgullo de poseer dentro de su población total, más de un diez por ciento de personas que pertenecen a los pueblos y culturas originarias del Anáhuac. Por lo anterior, **La PLURALIDAD CULTURAL** debe ser uno de los valores más importantes que definirán el rostro de la nación, que todos deseamos construir para nuestros hijos, de cara al tercer milenio y por ello es evidente la importancia de la labor del Promotor Cultural.

Para el caso de Oaxaca esto resulta fundamental para el Promotor Cultural, dado que una de las riquezas más importantes de Oaxaca es su pluralidad cultural, étnica y lingüística. En el planeta solo existen otras dos regiones en el mundo que tienen tanta riqueza humana en un pequeño territorio, una esta en China y la otra en la India.

Este patrimonio cultural intangible hace de **“Oaxaca la reserva espiritual de México”** y obliga al Promotor Cultural a trabajar arduamente en la investigación, la promoción, la difusión de las culturas indígenas y populares para exterminar la colonización mental,

cultural y espiritual, sustentada en el desprecio y desvaloración de lo propio y la exaltación esquizofrénica de lo ajeno. Esta tarea no es caer en el vicio ramplón y comodino del “folklorizar” la herencia cultural milenaria de origen indígena. Se trata en cambio de re-conocer, re-valorar y re-dimensionar los valores humanos, los conocimientos, las actitudes, los principios de las culturas indígenas y populares que permiten fortalecer la memoria, acrecentar la espiritualidad, reforzar la identidad, aumentar la auto estima, para que con todo este potencial humano, se mejore la atmósfera cultural y la calidad de vida de las personas, las familias y las comunidades.

c.9. El Colonialismo Cultural. La contraparte del pluralismo cultural sería, la intolerancia cultural, la homogeneización cultural, el dominio de una cultura sobre otras. *“La cultura occidental en particular, ha querido destacar la noción **de universidad**. Puede decirse que se apoderó del mundo, a través del discurso, mucho antes de que le siguiera las huellas, pesadamente, los ejércitos, los misioneros y los administradores coloniales. Y es que el proyecto filosófico que presenta es, sin duda, de los más atractivos que ha creado la historia: postula la comunidad humana universal, sin distinción de razas, cultura o religión, fundada en los designios de la razón que llevan a la libertad individual y la democracia política. Sobra mencionar, a este respecto, **la flagrante contradicción** que ha mostrado la historia de los últimos dos siglos, entre este respecto, el sistema económico que produjo, el capitalismo, y los mecanismos de “real polítik” en que sustenta”* (Lourdes Arizpe 1988).

La cultura europea y ahora junto con las de los Estados Unidos de Norteamérica y Japón, desde hace quinientos años han implantado su dominio militar, político, económico y fundamentalmente su dominio cultural sobre los pueblos de la Tierra, a los que han ido a “descubrir, conquistar y civilizar”, imponiendo su cultura como superior, negando los derechos de las culturas dominadas. A este fenómeno se le conoce como colonialismo cultural. El colonialismo cultural lo aplican los países colonizadores a los pueblos colonizados, en donde se vuelve a repetir el mismo fenómeno; las capitales o centros de poder económico y político colonizadas, adoptan los modelos culturales de las “metrópolis” y tratan de “colonizar” a sus provincias, imponiendo los valores y elementos culturales propuestos por sus colonizadores foráneos.

Este doble papel “colonizado-colonizador” es fundamentalmente para mantener un sistema colonial. En México desde 1521 se ha instaurado un sistema colonial. A partir de la caída de la ciudad de México-Tenochtitlán **los que vinieron destruyeron y desmantelaron nuestra leyes, instituciones y autoridades**; para imponer sus propias leyes, instituciones y autoridades que estaban diseñadas, no para lograr el desarrollo y bienestar de los vencidos, sino para fundamentalmente **explotar deshumanizadamente a los pueblos conquistados y depredar sus recursos naturales**, en favor de los colonizadores y sus reinos y posteriormente sus naciones.

c.10. La Teoría de la Quintuple Recuperación. El Antropólogo Leonel Durán ha elaborado una teoría que le ha llamado “Teoría de la Quintuple Recuperación” y que desde nuestro punto de vista logra, por una parte, entender como la invasión se pudo convertir en colonización; y por otra, determinar los campos de trabajo del Promotor Cultural.

En efecto, cuando los invasores europeos vencieron por las armas a los pueblos del Anáhuac, inmediatamente iniciaron la “amputación” de cinco factores-fundamento de la cultura de los vencidos, que los condenará “para siempre” a su calidad de explotado-colonizado.

Para lograr la colonización los invasores europeos inmediatamente sometieron a los vencidos a **la pérdida del lenguaje**, no solamente de las múltiples, bellas y prodigiosas lenguas, como el náhuatl, que en el siglo XVI era mucho más rica y extensa que el castellano, sino de todos los lenguajes con que los seres humanos expresan sus ideas, sentimientos y creatividad; como el lenguaje artístico, el lenguaje corporal, el lenguaje simbólico. Un pueblo que pierde su lengua y sus lenguajes, queda imposibilitado a transmitir directa y profundamente su cultura, sus sentimientos, su arte y su historia, pero fundamentalmente, su conciencia de sí mismo. **El pueblo queda incomunicado**, inalterablemente **SILENTE**.

Lo segundo que hay que “amputarle-extirparle” es **la memoria histórica, sus recuerdos**; para que el pueblo vencido no sepa de dónde viene, cuáles son sus orígenes, quiénes fueron sus antepasados, cuánto ha caminado, cuáles son sus victorias y cuáles sus derrotas, cuáles sus fortalezas, cuáles sus debilidades, para

dejarlo ajeno de sí mismo, huérfano, persistentemente **AMNÉSICO**. Como un zombi ajeno a sí mismo, dócil, insensible, inconciente.

Lo tercero que hay que “amputar-extirparle” al pueblo invadido son **sus conocimientos, su sabiduría, sus tecnologías**. Para que se sienta incapaz, torpe e impotente de crear y recrear su entorno. Condenándolo ha la imposibilidad de resolver los desafíos de su propio desarrollo, en espera siempre de que las soluciones vengan de fuera; creándole una personalidad insegura y minusválida frente al extrajeron; para mantenerlo permanentemente en calidad de **IGNORANTE-DEPENDIENTE**.

En cuarto lugar, el invasor le “amputa-extirpa” al pueblo invadido **SUS ESPACIOS**, físicos y abstractos, para no sólo despojarlo de sus mejores tierras, sino también de sus espacios sociales, históricos, míticos y sagrados. Para dejarlo desposeído, ajeno en su propia tierra, huérfano; para mantenerlo perpetuamente **IMPOTENTE**. Como un “extranjero inculto en su propia tierra”.

Finalmente, en quinto lugar, el invasor debe “amputar-extirparle” al pueblo invadido, **LA RELIGIÓN**. Para que no tuviera la esperanza de huir del infierno colonial y reunirse con sus antepasados y sus dioses, para que se conformara con la promesa de una mejor vida en un cielo ajeno y desconocido. Para dejarlo habitualmente **INSENSIBLE Y FRUSTRADO**. Para castrar el potencial más importante de la civilización del Anáhuac que ha sido y es, **LA ESPIRITUALIDAD**.

Cuando el invasor le quita al invadido estos cinco “factores-fundamento”: la lengua, la memoria, los conocimientos, los espacios y la religión, que son la estructura cultural de un grupo humano, el pueblo invadido queda: **“silente, amnésico, ignorante, impotente e insensible”** y en vez de desear expulsar al invasor, él mismo aspira y se convierte en un colonizador de sí mismo (colonizador-colonizado). Tratando de explotar y violentar al que cree que es inferior a él, pero al mismo tiempo, dispuesto a dejarse explotar y violentar mansamente, por aquél que él piensa que es superior. Cuando el pueblo invadido desea ser igual que su invasor-explotador, en ese momento se ha cerrado “el círculo vicioso” y **la invasión se convierte en colonización**. Un pueblo que pierde los “factores-fundamento” de su propia cultura, impondrá eternamente el sistema colonial con su propia

gente y, aunque se hayan ido los primeros colonizadores o hayan sido derrotados sus ejércitos, los propios vencidos al rechazar, desconocer y desvalorizar su propia cultura, tomarán el lugar del explotador foráneo y mantendrán el sistema de colonización.

España y México son dos claros ejemplos de este fenómeno. En España los árabes mantuvieron una invasión militar por más de ochocientos años, en los que se explotó a los españoles y sus recursos naturales en favor de los árabes, pero éstos jamás atentaron contra los “factores-fundamento” de la cultura española. Por el contrario, los invasores auspiciaron la pluralidad y diversidad cultural; árabes, judíos y españoles convivieron y enriquecieron sus propias culturas. Pero después de ochocientos años los españoles lograron expulsar a los árabes, y a pesar de que en tantos siglos los españoles se apropiaron de elementos culturales árabes, los españoles actualmente no festejan y celebran a “la madre patria musulmana”, los españoles siguen siendo españoles.

En México los españoles inmediatamente después de la invasión, iniciaron la destrucción, negación y despojo de las lenguas, la memoria histórica, los conocimientos, los espacios y la religión. Con la “amputación-extirpación” de los factores-fundamento, los invadidos especialmente los mestizos, que estaban cerca de los círculos de poder de los peninsulares y criollos, olvidaron su cultura y con ello la necesidad de expulsar al invasor; por el contrario, se inició una lucha por asimilarse a sus colonizadores y se desarrolló el deseo de ser otro colonizador más de su propio pueblo, rechazando lo propio y exaltando lo ajeno.

En México aunque ya este muerto Hernán Cortés, desaparecidas las encomiendas y el Sistema de Castas, los mexicanos mantenemos en lo más profundo de nuestros corazones el sistema colonial de explotación. Desde el más humilde policía de esquina, hasta las más altas autoridades; en cuanto se tiene el poder, éste solo sirve para apropiarse de la riqueza de este pueblo y sus recursos naturales, sin la más mínima piedad o consideración. La consigna colonial es explotar, depredar y después huir al extranjero con la riqueza mal habida. Es por ello que en México el poder es producto de la rapiña y se convierte en el ejercicio de la violencia y la injusticia.

Como se ve, la Teoría de la Quíntuple recuperación explica cabalmente como es que la invasión se transforma en colonización y permite definir las estrategias de trabajo en la promoción y difusión de la Cultura. Permite entender también, que el trabajo cultural esta sustentado fundamentalmente en la revaloración y recuperación de la Identidad Cultural a partir de la “recuperación” de los factores-fundamento o como lo señala el Dr. Bonfil Batalla en su teoría del Control Cultural, “en la capacidad de decisión que la comunidad tenga sobre los elementos culturales”.

c.11. Civilización y Cultura. Es común asociar los términos de civilización y cultura como sinónimos, sin embargo, es un error. Debido a que una civilización generalmente esta conformada por diversas culturas diferentes en tiempo y espacio, pero todas pertenecen a la misma raíz filosófica-cultural de la Civilización Madre.

Para el caso de lo que hoy llamamos México, encontramos que la civilización del Anáhuac durante los primeros siete milenios y medio de vida, compartió en sus tres periodos: Preclásico de 6000 a 200 a.C., Clásico de 200 a.C. a 850 d.C., y Postclásico de 850 a 1521 d.C. con diferentes culturas el mismo proceso de desarrollo humano. Es decir, los olmecas, toltecas y mexicas, por solo citar los más representativos de los tres periodos, forman parte de la misma civilización. Es entonces un error hablar de “la civilización maya, la civilización azteca o la civilización zapoteca”. Porque los mayas, aztecas y zapotecas, forman parte de la Civilización del Anáhuac.

Un ejemplo de esta pluralidad unida a una misma raíz la podemos apreciar en la figura filosófica religiosa de la divinidad de “la energía luminosa” representada simbólicamente en toda la civilización del Anáhuac con el agua. En efecto, los zapotecos le llamaron Cosijo, los mayas Chac y los mexicas Tláloc, pero para las tres culturas significaba lo mismo, aunque se representaba de formas diferentes, todas las representaciones compartían en su iconografía unas anteojeras y una lengua de serpiente. Aquí apreciamos el mismo concepto filosófico-religioso y dos rasgos iconográficos iguales, pero con nombres diferentes, según cada lengua.

Por esta basta herencia cultural, una de las seis más antiguas y con origen autónomo de la humanidad, los mexicanos poseemos un país

pluri cultural, pluri étnico y pluri lingüístico. Esta maravillosa riqueza humana solo se puede apreciar en China y en India.

Finalmente diremos que lo que hoy llamamos México, esta conformado en su raíz más esencial por una de las seis civilizaciones más antiguas del mundo, que posee decenas de culturas y pueblos originarios diferentes, pero todos hermanados por una solo civilización.

c.12. Cultura “propia-nuestra”. El Dr. Rubén Bonifaz Nuño nos habla de un concepto muy interesante y profundo. Bonifaz Nuño dice que los mexicanos de hoy, poseemos Elementos Culturales Propios, a los que él llama “cultura propia-nuestra”. Afirma que, como todos los pueblos del mundo, también poseemos Elementos Culturales ajenos, que nos los hemos “apropiado” de otras culturas y que forman parte indisoluble de nuestra Identidad. Estos Elementos Culturales “propios-ajenos”, los compartimos con otros pueblos, pero que, por ser una de las seis civilizaciones con origen autónomo, poseemos Elementos Culturales “propios-nuestros”, nacidos y desarrollados en nuestra tierra y con nuestra inteligencia y creatividad.

De esta manera, el Promotor Cultural debe tener el conocimiento y la sensibilidad para conocer y diferenciar los elementos culturales nacidos en nuestra milenaria civilización, no importa qué cultura los mantenga y recree, porque representan un patrimonio cultural de sumo valor para reforzar la autoestima y el orgullo de ser hijos de los hijos de la civilización del Anáhuac.

c.13. La Cultura del dominador-colonizador. Como se dijo, en los últimos quinientos años, debido a la cultura agresiva-militar y a los adelantos tecnológicos en la navegación, en el comercio y en las armas; los pueblos europeos han invadido casi todo el mundo. Primero conquistan militarmente, después, imponen su política y transforman la economía del país y la religión, extrayendo las riquezas naturales. La victoria militar sólo puede mantenerse y consolidarse a través de la destrucción de la cultura de los vencidos y la imposición de la cultura de los vencedores. Cuando un pueblo acepta su inferioridad cultural y busca acercarse y asimilarse a la cultura de su dominador, cuando mantiene una actitud de minusvalía y vergüenza por su cultura y asume una actitud de exaltar la cultura de su dominador, se puede afirmar que existe una situación de colonialismo cultural.

Este fenómeno se expresa por lo general en la sobre valoración de la cultura foránea. A la cultura occidental entonces se le conoce como “LA CULTURA”, (alta cultura, cultura clásica, cultura universal, cultura refinada), la “otra cultura”, la originaria, la autóctona, a esa no se le llega a considerar ni siquiera como un fenómeno cultural. La copia de los modelos de promoción y difusión cultural europeo, por las instituciones culturales en nuestro país, es un vicio producto de la ignorancia (en el mejor de los casos) o del colonialismo cultural.

Una de las condiciones necesarias para que el pueblo invadido se transforme en pueblo colonizado, es que el invasor le quite la voz (el idioma), su memoria, (la historia), los conocimientos (las tecnologías), los espacios (físico, político, social), y lo sagrado (la religión). De esta manera la invasión se convierte en colonización, razón por la cual el invadido siente profundo menosprecio por su cultura y desea acceder a la cultura de su dominador, para lograr huir de su condición de explotado, e incorporarse a la clase explotadora-colonizadora, entiéndase “ser moderno y entrar en progreso”.

En México después de 1521, los conquistadores, que en su gran mayoría eran ignorantes y pobres, que representaban el lumpen proletariado de la edad media europea, que habían llegado a América por su miseria y desesperación; de la noche a la mañana, adquirieron vía el despojo, mayor riqueza y poder que la propia nobleza española. Los conquistadores, ayer los más bajos en la escala social española, hoy “Señores” con inmensas cantidades de oro, esclavos y tierras, se vieron obligados a asumir su nueva condición, **para lo que importaron de Europa las expresiones artísticas, no de la cultura popular a la que ellos pertenecían, sino importaron las expresiones artísticas de los círculos de poder y la nobleza española,** “a la que ahora, ellos suponían ya pertenecían”.

“Después de 1519 una inmensa mayoría de nuevas influencias pesaron sobre la vida indígena. El imperialismo de los Habsburgo extrajo su incentivo de las tradiciones peninsulares y descuidó las adaptaciones regionales. El valle (de México) no fue nunca una “sede” para los españoles, salvo de la manera más circunstancial. Los españoles establecieron su capital colonial en el valle, pero resueltamente la conectaron por carretera con Veracruz y luego con

mar con Sevilla. Casi nunca adoptaron los estilos indígenas en la ropa ni en el diseño o la construcción de casas. En vez de ello, exageraron sus propios estilos españoles, como para negar su situación provinciana.” (Charles Gibson 1967)

La importación ilógica de las manifestaciones artísticas de los círculos de poder y nobleza europea, desde el inicio de la Colonia, ha sido la tónica hasta nuestros días en la promoción cultural. Por el colonialismo cultural, a estas manifestaciones artísticas importadas de las elites de poder europeas, se les ha llamado **“LA CULTURA”**. De esta manera, la música clásica o “cultura”, la ópera, el ballet, el teatro clásico, las artes plásticas son los elementos “clásicos” de la promoción cultural colonizada, con una vigorosa y mantenida orientación pro europea. Aclaramos que el arte en sí mismo no es ni bueno ni malo, el arte es la expresión más decantada del espíritu humano; **el problema es la ideología con el que se promueven estas manifestaciones**, sobre las expresiones artísticas de los pueblos colonizados.

c.14.La Cultura del dominado-colonizado. El colonialismo cultural como dijimos anteriormente, no les concede el título con mayúsculas de “CULTURA” a las expresiones de los pueblos vencidos, a sus factores-fundamento. De esta manera la cultura europea representa la CIVILIZACIÓN, LA MODERNIDAD, EL PROGRESO Y EL DESARROLLO, y las culturas (para América) indígenas, negras y mestizas, representan “la barbarie, el atraso, y el subdesarrollo”, pero lo mismo se les aplica a las culturas de África, Asia y Oceanía. Los conceptos de cultura popular, campesina e indígena, son la contraparte de la “CULTURA UNIVERSAL”, que se refiere a la occidental. La cultura de los pueblos dominados-colonizados siempre se mantiene en resistencia y de manera marginal. Siempre fueron elementos a vencer, que impedían la “cristianización”, la “civilización”, la “modernidad”, el “progreso”, el “desarrollo” y ahora la “globalización” y el “neoliberalismo económico”.

Es común para la ideología colonialista, asociar la idea de que la cultura que viene de “afuera” (Europa, Estados Unidos, Japón) es superior. Esto es, que la cultura europea representa lo cristiano, lo civilizado, el progreso, el desarrollo, la modernidad. De igual manera para esta ideología, las culturas originarias o indígenas representan lo

diabólico, lo primitivo, el retraso, el subdesarrollo, lo que debe ser eliminado o superado.

Existe un concepto desarrollado por la colonización mental y cultural, que hace que el colonizado piense “en automático”, que “lo antiguo es primitivo”. Y no necesariamente lo antiguo es primitivo. De hecho, existen “grandes misterios” del conocimiento ancestral de los pueblos antiguos del mundo que, la ciencia y la modernidad no han podido explicar. Las civilizaciones Madre enfocaron su conocimiento, a lo que se conoce como sabiduría perenne, a “la búsqueda de la liberación del Espíritu de la materia”. Entendiéndose como la trascendencia espiritual de la existencia.

Por el contrario, la cultura occidental desde el siglo XVII enfocó el desarrollo de sus conocimientos a los que llamó “ciencia”, en la búsqueda de la transformación, explotación y dominio de la naturaleza, hasta llegar al vértice superior de esta “ciencia” que es “la liberación de la energía de la materia” o fusión nuclear. En efecto, los países que hoy en día han llegado al máximo desarrollo material han podido crear una tecnología para transformar la materia, desde tornillos hasta reactores nucleares.

De esta manera, **el inmenso Desarrollo Cultural que se elaboró a lo largo de 7,500 años** por nuestros antepasados, los Viejos Abuelos toltecas, y que forma la estructura básica del “ser” de muchos pueblos de México, desde 1521 se **ENCUBRIÓ** para poder sobrevivir, ya que ha sido negado y perseguido.

Así “la Cultura Universal”, “la alta cultura”, “la cultura clásica”, es la herencia colonial de Europa, que desde 1521 se impone como modelo superior a seguir. Y la cultura de los pueblos originarios ha ocupado un lugar secundario, para el colonialismo se ha convertido en un “lastre” para el progreso y la modernidad, cuando más ha sido tomada como elemento decorativo, “pintoresco” o folklórico.

c.15. Calidad de Vida y Nivel de Vida. La calidad de vida se refiere a aspectos subjetivos o intangibles que acrecentan o coadyuvan al bienestar personal, familiar o comunitario. La calidad de vida se puede cuantificar a través del tiempo, sentimientos, actitudes y emociones que entran en juego para provocar la armonía, la comunicación y el

desarrollo de un estado de plenitud interior y exterior de la vida de las personas, familias o comunidades. La calidad de vida esta muy ligada a las tradiciones, costumbres, hábitos y valores. La calidad de vida es de carácter intangible pero se puede “medir” por niveles de bienestar asociados a la satisfacción de necesidades intangibles o espirituales como identidad, seguridad, afecto, amistad, amor y trascendencia existencial.

El nivel de vida por el contrario, se refiera a los elementos o satisfactores materiales que permiten elevar el bienestar de una persona, familia o comunidad. El nivel de vida esta ligado a la capacidad de satisfacer las necesidades materiales de subsistencia. El nivel de vida esta ligado a los ingresos económicos o la capacidad de obtener bienes de consumo. Así el ingreso económico, el tipo de alimentación, vestido, techo, el acceso a los servicios de salud, educación e información.

El desarrollo cultural es el elemento que permite humanizar el desarrollo material. Tanto de manera individual, en lo familiar y en lo comunitario. Las actividades culturales, especialmente enfocadas a desarrollar la sensibilidad y creatividad a través de la educación artística; y la identidad cultural, a través de la revaloración del patrimonio histórico, artístico y monumental, así como el fortalecimiento de la memoria histórica, permiten que los individuos, las familias y los pueblos acrecienten la conciencia y el orgullo de sí mismos. La auto estima se ve aumentada con el trabajo cultural.

c. 16. La Cultura y el Consumo. Aunque Europa ha querido representar a su cultura por las manifestaciones artísticas (que tienen su origen en la cultura grecolatina), lo cierto es que su rasgo cultural más prominente es la guerra, el comercio y el culto fanático a la tecnología, en especial a la militar. En el siglo XVI los europeos salieron por mar a “descubrir, conquistar y civilizar” a los pueblos de los demás continentes. Así se impuso una era de colonialismo que posteriormente pasó a ser del llamado sistema capitalista.

Sin embargo, los cambios que sufrió Europa con la revolución industrial y por lo consiguiente, el desarrollo de la ciencia y la tecnología, hicieron que la guerra y el comercio tuvieran avances asombrosos y vertiginosos sobre todo en el siglo XX. La producción en

serie, el desarrollo tecnológico, el desarrollo de los medios de transportación, (terrestre, aéreos y marítimos), así como el desarrollo de los medios de comunicación, especialmente la Internet, la televisión y la radio, crearon innumerables mercados de productores (en especial los países europeos o del primer mundo) y de consumidores (en especial los países no europeos o del tercer mundo).

La cultura de explotación de la civilización occidental a los pueblos no europeos ahora tiene tres campos generalizados. El primero es la explotación de los pueblos a través del mejor negocio de la cultura occidental, que es el pago de intereses de prestamos leoninos, que supuestamente buscan lograr el desarrollo material de los pueblos colonizados y que esta científicamente diseñado por los propios colonizadores, para que este esperado desarrollo económico nunca llegue y aumente año tras año, el pago de los intereses que hundan a los pueblos y gobiernos colonizados en la miseria y la impotencia. El segundo es la venta de equipo bélico y tecnología caduca condenado a los pueblos al subdesarrollo eterno. El tercer campo es la explotación de los pueblos de los países no europeos a partir de la venta de una increíble cantidad de bienes y servicios (chatarra) que no necesitan estos pueblos y la depredación y compra de sus recursos naturales a precios muy bajos.

El elemento fundamental para que un pueblo se entregue al consumo extra lógico e irracional, es que pierda su cultura. El consumo se irá incrementando proporcionalmente en la medida que se pierda la cultura propia. El dilema que nos plantea la cultura dominante de occidente es, que para llegar a ser como “ellos”, para ser “moderno, civilizado, culto, desarrollado”, tenemos que dejar de ser como somos. Para ello se requiere rechazar lo propio y exaltar lo ajeno, para “SER como ellos”, se necesita “TENER” lo que ellos nos proponen y es aquí donde intervienen los medios masivos de comunicación, en especial la T.V. que nos presenta una realidad ajena a nosotros y a nuestras posibilidades (desde ser güeritos, hasta tener un auto de lujo).

La cultura occidental entonces se ha transformado en la cultura del consumo, (cultura con doble k). Como la punta de un iceberg, esconde en sus profundidades la guerra, el comercio y el fanático culto a la tecnología; el comercio de la guerra, la guerra comercial, la producción y venta de objetos innecesarios, suntuosos y hasta dañinos; la

explotación irracional de la naturaleza y la contaminación de la tierra, la explotación de los seres humanos, pero especialmente el etnocidio, la homogeneización y masificación de los seres humanos, la desaparición de culturas, para uniformizar al hombre en una masa amorfa e inconsciente de productores-consumidores.

La cultura del consumo atenta contra la cultura propia, los elementos culturales, el patrimonio cultural y natural. Quebranta y vulnera la Identidad Cultural y la Identidad Nacional. Niega todos los valores espirituales del ser humano. **Pretende el desarrollo del SER (espiritual) a través del TENER (material)** y pretende la homogeneización a través de la desarticulación de las diferentes formas culturales de los pueblos del mundo. La cultura del consumo, usa especialmente los medios masivos de comunicación para embrutecer y enajenar al individuo. Le presenta, muy hábilmente, la posibilidad de trascender el Ser, a partir de mensajes subliminales que lo condicionan al consumo, de bienes y servicios ajenos a él y en muchos casos nocivos a su salud física, mental y espiritual. La cultura del consumo representa uno de los elementos más importantes de la **cultura necrófila espiritual**, pues destruye, degrada y atenta contra la vida. Sin embargo, la cultura del consumo o de la doble K, es la que actualmente es la más vigorosa y se encuentra en expansión. “La nada se esta acabando todo”. Podríamos suponer que la parte necrófila de la cultura, esta ganando muchos espacios de la cultura biófila. Es por ello, que el trabajo cultural cobra día a día, mayor importancia.

c.17. Cultura y Economía. La relación entre las formas culturales de un pueblo y su economía resultan determinantes. **La cultura de un pueblo determina su forma de percibir y desarrollar los procesos económicos.** Para modificar los procesos económicos de un pueblo, es necesario primero modificar los procesos culturales. A partir de la colonización europea en México se cambiaron las relaciones económicas y productivas de los Viejos Abuelos y se impusieron a sangre y fuego, el modelo explotador y extractor de los recursos naturales por los colonizadores en favor, primero de España, después de Francia, Inglaterra y Alemania, para finalmente hacerlo en favor de Estados Unidos y del capital financiero supranacional. Para ello se requiere que las personas mantengan una actitud de minusvalía por la cultura propia y que exalte la cultura ajena. Ejemplos de ello lo

podemos ver en nuestro país, durante los trescientos años de colonia el modelo fue el español, en el siglo XIX el modelo fue francés y en el siglo XX y XXI el modelo ha sido el de Estados Unidos.

En 1930 los campesinos vivían pobres pero, pensaban, actuaban, trabajaban y consumían de acuerdo a una cultura que se fue construyendo a lo largo de siglos. Un campesino promedio de aquellas épocas usaba ropa de manta que le hacía su mujer, sombrero de palma, huaraches, morral, tocaba la guitarra y bebía productos regionales como el tequila, mezcal, pulque o aguardiente. Todos estos productos y artículos o los hacía el mismo, o los hacían en el pueblo o en la región, por lo que **el dinero de la producción y consumo, se quedaba en la propia región**. El campesino en cuestión, tenía su territa en la que sembraba la milpa; es decir, maíz, calabaza, chile, frijol y sembraban algunas otras cosas para el consumo familiar, por ello se dice que tenía una producción de “auto consumo”. A pesar de su pobreza histórica el campesino era en términos generales un ser humano feliz, porque mantenía un equilibrio entre lo que producía y lo que necesitaba.

En 2009, los campesinos ya no tienen tierra y si la poseen están vendidos con los bancos y enganchados en el mono cultivo, en una visión comercial del trabajo de la tierra, que por cierto, no resulta rentable. Este campesino trabaja de peón con algún agricultor o trabaja de albañil, jardinero o sobrevive haciendo cualquier “talacha” en la ciudad. Ahora ya es “moderno”, dejó de ser ranchero o indio serrano; ahora usa gorra de beisbolista, playera con palabras en inglés, pantalón de terlenka y tenis. Ya no es “primitivo”, ahora consume cerveza o licor de marca; ya no toca la guitarra porque el no es mariachi, ahora tiene su inmensa grabadora. Sus valores y aspiraciones ya no tienen que ver con su tierra y con sus tradiciones y costumbres. La mayoría de los productos que él consume son de mala calidad, siempre una copia “pirata” de los “originales” y fundamentalmente todos los artículos que él consume, están hechos en las grandes ciudades o en el extranjero, por lo que **su dinero sale de la región y del país**.

Su “modernidad” lo lleva a aspirar consumir una cultura (forma de vida) que le es totalmente ajena e inalcanzable. Como dice la voz popular, “se quedo como el perro de las dos tortas”, sin la tradición y sin la

modernidad. Sobrevive en un laberinto de soledades y desolaciones, vive en forma miserable porque, entre otras cosas; **piensa, siente, actúa**, trabaja y consume de acuerdo a una cultura que no les pertenece, pues es una cultura consumista que está manipulada, especialmente por la televisión, la radio y los impresos. Los refrescos embotellado y los alimentos “chatarra” son otro ejemplo; en el cual se paga más por un litro de agua coloreada y endulzada, que por un litro de leche o se paga al mismo precio el kilogramo de papas fritas que un kilogramo de carne.

La relación entre cultura y economía es directa. Los colonizadores saben que la única forma de cambiar la economía de un pueblo, es agredir y desvalorizar su cultura. Un pueblo sin la fortaleza de su cultura propia, queda indefenso, vulnerable, frágil.

Bajo la premisa del colonialismo cultural, de que la cultura propia es “primitiva, salvaje y subdesarrolla” y que debe ser cambiada por la cultura foránea que es “un símbolo de la civilización, el progreso y el desarrollo” y a través de los medios masivos de comunicación, se induce directa o subliminalmente el consumo.

Se pretende crear el conflicto (inexistente) entre la supuesta modernidad (traída de fuera) y la tradición (la herencia cultural propia).

De esta manera ser “primitivo, atrasado y subdesarrollado” es mantener las tradiciones, usos y costumbres como una forma de vida, por el contrario, si uno desea ser “moderno, progresista y desarrollado”, debe cambiar su cultura por la foránea y esto se logra a través del consumo de bienes y servicios, que en la mayoría de los casos son ajenos a nuestra forma de ser y sentir la vida y el mundo. Los países colonizadores desde el siglo XVI han impuesto su cultura de la guerra, el comercio y el culto fanático a la tecnología en todo el mundo; primero a través de la dominación militar y ahora, por los medios masivos de comunicación y el sistema financiero mundial, que con organismos supranacionales y con las nuevas tecnologías de telecomunicaciones e Internet, están tratando de homogenizar las culturas del planeta, para imponer una visión economicista de la vida y del mundo.

Cabe hacer notar que en la realidad, **modernidad y tradición, no están en conflicto**, tal es el caso de los países europeos y Japón, quienes al mismo tiempo son la vanguardia en desarrollo tecnológico, industrial y comercial, pero a la vez fundamentan esta modernidad en sus tradiciones, usos y costumbres, desarrollando un acendrado orgullo de su cultura.

c. 18. Industrias culturales. A partir de la aparición del neoliberalismo se empezó a usar el término de “industrias culturales” para justificar la privatización del Patrimonio Cultural y re-bautizar una serie de empresas que comercializan el arte y enajenan a los pueblos a través de una supuesta diversión o entretenimiento.

En efecto, en México a partir de la administración del Presidente Miguel de la Madrid, pero que cobró un vigor muy agresivo con el Presidente Carlos Salinas, en especial las zonas arqueológicas se han convertido en “disneylandias prehispánicas”, como fuente de divisas. Sin ningún decoro o mínimo sentido de respeto, el patrimonio cultural ha sido tomado por asalto por los capitales locales y transnacionales para realizar sus negocios.

El afán privatizador del Mercado ha sometido al Estado y lo ha reducido a un simple policía y administrador. Con la idea de la reducción del Estado, el Mercado ha empezado a usufructuar el patrimonio cultural y bajo el pretexto que deben ser auto financiables las instituciones culturales, por ello, se alquilan sus instalaciones, permitiendo a las elites económicas usar el patrimonio cultural para sus fiestas, exhibiciones y negocios.

Mientras exista el Artículo Tercero Constitucional, el Estado tiene la responsabilidad de proporcionar el acceso y disfrute de los bienes y servicios culturales a la población en general. Lucrar con el patrimonio cultural y hacer exclusivos los servicios culturales mediante los elevados costos es un grave error en la política cultural. El Desarrollo Cultural no es un bien de consumo superfluo, es por el contrario, un derecho ciudadano. La Cultura no se “consume” como un producto y con un costo. La Cultura es la expresión más elevada de un pueblo.

Las llamadas “industrias culturales” desde hace muchos años, son un excelente negocio de los dueños del dinero. La televisión, la radio, el

cine, la comercialización del arte, los libros, revistas y pasquines, son además de uno de los negocios más lucrativos, el medio por excelencia con el cual, bajo el pretexto de “entretener y divertir” se enajena y embrutece al pueblo. Especialmente la televisión y la radio son las responsables del deterioro de los valores tradicionales de las familias mexicanas y en mucho han influido para que la cultura popular se convierta en “cultura populachera”. Mientras el interés del lucro y la degradación muevan el “negocio” de las industrias culturales, seguirán siendo enemigas del Desarrollo Cultural, por más que se trate de maquillar sus lamentables resultados.

c. 19. Cultura y el Desarrollo. El concepto de “desarrollo” es reciente en el mundo; anteriormente se usaban los términos de “cristianización, civilización, progreso y modernidad”. El término “desarrollo” es traído de la biología en donde significa el proceso mediante el cual se ejercitan las posibilidades genéticas del organismo al tratar de alcanzar su fin: la forma “natural del organismo en cuestión, prevista por el biólogo” (Sánchez Arnau). La idea del “desarrollo” empieza a surgir en la posguerra y alcanza en América Latina su mayor vigor en los años 60 con la CEPAL (Comisión Económica para América Latina) y sus teorías **DESARROLLISTAS**; que pretenden que los países catalogados por su bajo grado de desarrollo material-económico como “subdesarrollados”, alcancen el desarrollo económico de los países “desarrollados” que esencialmente son de cultura europea.

Uno de los grandes errores de la teoría economista del desarrollo, es suponer que al desarrollarse económicamente un pueblo, la propia riqueza material soluciona los demás problemas sociales. El error se pagó muy caro, porque a la larga se comprobó que la teoría era falsa, en la medida de que cuando se impulsó el desarrollo económico, solo se transformó, en el mejor de los casos, en un “**crecimiento económico**”, que trajo graves problemas sociales casi irresolubles, tal como la saturación poblacional en torno a las zonas industriales, la contaminación ambiental, la falta de planificación urbana y la falta de servicios públicos, el vandalismo y la delincuencia juvenil.

Un ejemplo del crecimiento económico y la pobreza, es que un país puede al mismo tiempo incrementar su PIB (producto interno bruto) y la desnutrición infantil. La generación de riqueza a través de la industria y el comercio no necesariamente representan niveles

crecientes de desarrollo y bienestar para un pueblo, dado que las empresas y sus inversiones, buscan el rendimiento del capital y no el desarrollo social.

“En el marco de este proceso las sociedades “tradicionales” del mundo no occidental, se encontraron imposibilitados de resistir a aquella voluntad de penetración y dominio (de los europeos). Por ello fueron subordinados políticamente o explotados económicamente y en definitiva, dominados culturalmente. En ello jugaron un rol principal la introducción de formas de producción que - como ya veremos más adelante- dislocaron la estructura social propia de esas sociedades; la introducción de valores creencias, conocimientos y objetos (que también son portadores de valores) que heredaron el sustento cultural en que descansaba la cohesión cultural, y por lo tanto social, de aquellas comunidades” (Sánchez Arnau).

Por ello se explican las formas de **“resistencia cultural”** que los diferentes pueblos indígenas y campesinos de México han enfrentado a “su civilización o progreso”. Porque este “desarrollo” implica un cambio de visión de lo que representa la vida y el mundo. Este choque cultural, es la no aceptación de una visión economista, material y utilitaria de la vida y el mundo; frente a una concepción humanista, biófila, mística, mágica y eminentemente espiritual.

Esto nos lleva a la búsqueda de un concepto de DESARROLLO que sea congruente con nuestra cultura, por ello la UNESCO habla de **“LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO”**, porque el principio y fin del desarrollo debe ser el SER HUMANO y este encuentra el equilibrio entre lo material y lo espiritual en la cultura. El desarrollo económico, debe ir a la par en un DESARROLLO CULTURAL, que pretenda **ELEVAR LA CALIDAD DE VIDA** y con ello auspiciar un **BIENESTAR SOCIAL**, donde los individuos tengan la posibilidad de trascender su existencia.

De esta manera el promotor cultural y su campo de acción, que es el DESARROLLO CULTURAL, cobra mayor importancia y su trabajo, mayor trascendencia en la búsqueda de un desarrollo **más humano y más integral**, que se conoce como desarrollo auto sustentable.

La cultura es el único elemento que HUMANIZA el desarrollo material-económico. Porque es la cultura el único elemento que es intersectorial en el desarrollo. Así, en la implementación de cualquier proyecto que pretenda lograr el desarrollo del grupo humano, el elemento cultural subyace de manera consustancial. Para diseñar un proyecto con éxito en educación, salud, vivienda, comunicación, etc. Sí no se tomo en cuenta la cultura del grupo humano, el proyecto generalmente fracasará.

Todo plan nacional o estatal de desarrollo que no contemple el aspecto cultural, es decir, su **DESARROLLO CULTURAL** resulta incompleto, esto es, **pierde la dimensión humana**, la dimensión cultural del desarrollo y queda solo en un modelo que favorece el crecimiento económico. Entendiendo que desarrollo cultural no esta solo las actividades “artísticas” de un grupo social. Sino lo que es más importante, se encuentra en la búsqueda de la trascendencia de su existencia, en tanto individuos, en tanto comunidad.

El origen del concepto de “progreso” nace con la ilustración, posteriormente surge el **POSITIVISMO** y con él, el concepto de “desarrollo”. Es decir, el objetivo tras el cual se organiza un grupo humano en sus complejas relaciones, para llegar a un estadio predeterminado. En 1974 la escuela austriaca vincula el concepto de **DESARROLLO AL DE PROGRESO**.

El término de naciones desarrolladas, en vías de desarrollo y subdesarrolladas, tiene una connotación eminentemente económico-tecnológico-material. Es decir que el parámetro que se utiliza para medir el “desarrollo” es la capacidad económica, de tecnología, de producción, comercio y consumo de un grupo humano.

El concepto de “desarrollo” fue tomado de la botánica en el sentido del crecimiento de las plantas, a este crecimiento se le llamó desarrollo. Este concepto se traslado a la sociedad. El problema es que se pondera mucho el aspecto económico sobre otros aspectos, como el político, social, salud, educativo o cultural, que en su conjunto (teóricamente) permitirán un crecimiento armónico del grupo humano.

Por ello el **DESARROLLO** debe ser:

- * Orientado según las verdaderas necesidades.
- * Endógeno.
- * Autosuficiente.
- * Ecológicamente solvente y
- * Basado en transformaciones estructurales.

De esta manera, no puede existir DESARROLLO si no es global e integral, no puede existir desarrollo integral si no están comprendidos todos los sectores de la comunidad.

Se entiende por INTERSECTORIAL, a que cualquier acción que se produzca en un sector y que repercute en otros (económico, social, cultural, político, salud, educación, etc.). Siempre el aspecto cultural determinará en gran medida a todos los sectores, (no se puede pensar en un proyecto de educación o salud, sin tomar en cuenta el aspecto cultural del pueblo).

La crítica que presenta la UNESCO a los actuales modelos de Desarrollo, es la siguiente:

- * Los resultados económicos no han sido los óptimos.
- * Cuando ha existido crecimiento económico, ha aumentado la desigualdad e injusticia social.
- * Los modelos para desarrollo económico importados, han traído consecuencias más negativas que positivas a los países subdesarrollados y se sabe que han sido desfavorables para la cultura local.

La UNESCO resume la ideología del Desarrollo económico de la siguiente manera:

- * Está sustentada en una concepción lineal de la historia.
- * Se fundamenta en un razonamiento tecnocrático, donde el objetivo principal es adquirir los valores que caracterizan a las sociedades desarrolladas.
- * Existe un predominio de lo económico, sobre los demás sectores y hace énfasis en marginar a la cultura local.

Para la UNESCO existe un DESARROLLO AUTENTICO cuando:

1.- El objetivo básico es elevar LA CALIDAD DE VIDA Y EL NIVEL DE VIDA.

2.- Es coherente, es decir, que activa simultáneamente en aspectos físicos y humanos.

3.- Cuando es homogéneo. Planifica el futuro, con base en el presente, pero sin negar el pasado.

4.- **Cuando es AUTOPROPULSIVO, debe hallar en sí mismo la motivación para el cambio, logra la participación de todos.**

5.- Debe ser indivisible, concebirlo como un todo (el desarrollo) sin privilegios sectoriales (en especial el económico)

Al parecer la cultura como un elemento intersectorial del desarrollo surge el concepto de DESARROLLO CULTURAL. Parte fundamental del; DESARROLLO AUTENTICO O INTEGRAL (**ahora llamado desarrollo sostenido**) porque es la cultura, el elemento que humaniza al desarrollo. En efecto, la cultura orienta el desarrollo hacia lo humano. Porque el principio y el fin del desarrollo es precisamente el SER HUMANO y su bienestar, con su fundamental necesidad de trascender su existencia (no su riqueza material, poder de consumo o capacidad de producción).

El desarrollo cultural para la UNESCO es una meta y un proceso. La **meta** es dar a una sociedad, la capacidad de crear su modo de vida y su ambiente propio, para desarrollar todas sus potencialidades, tanto MATERIALES como ESPIRITUALES. Es un **proceso**, en tanto la humanidad se mantiene en una constante búsqueda de mejoramiento de los mecanismos que le permitan lograr sus objetivos.

El Desarrollo Cultural entonces, comprende al mismo tiempo, el aspecto humano (espiritual-personal) y el aspecto social de la cultura (material-colectivo). Los análisis sobre las diferentes concepciones del Desarrollo Cultural, muestran de una parte, como los valores heredados de una tradición y sus consabidas actividades espirituales, se concretizan e integran en un tipo específico de modo de vida; de otra parte, los análisis sobre la evolución del desarrollo cultural de un pueblo o grupo social permite discernir, los cambios sobre y en los

modos de vida, de una manera tal, que nos percatamos de las tendencias de evolución espontáneas o no (externas-impuestas) sobre dicha cultura.

El desarrollo cultural es la capacidad que una sociedad tienen de encaminarse o dirigirse, hacia el logro de sus más profundas aspiraciones, que desde luego son de orden **ESPIRITUAL**, partiendo de la solución de la problemática más elemental que es el aspecto MATERIAL DE LA VIDA.

Distorsiones de la Noción de Desarrollo Cultural.

1.-Asociar DESARROLLO CULTURAL, **con actividades artísticas.**

2.-Asociar DESARROLLO CULTURAL, **con crecimiento** en la infraestructura física y económica, que el estado destina al sector cultural.

3.-Asociar DESARROLLO CULTURAL, con la “nivelación u homogeneización de la cultura”. Tomar la cultura de una clase como paradigma y querer llevar a todos a ella.

Finalmente diremos que, el Desarrollo no solo debe humanizarse a través de la Cultura, es decir, que tenga un rostro humano; sino que **ese rostro sea el nuestro.** Por ello en el Desarrollo Cultural **las acciones que apoyen y fortalezcan “La Identidad Cultural y la memoria histórica”, resultan prioritarias y trascendentes.**

c.20. Desarrollo Cultural y Neoliberalismo. En los últimos tiempos, los conceptos de desarrollo están cambiando radicalmente. Ante la caída del sistema socialista, la hegemonía de un puñado de personas, familias y empresas, que controlan el capital financiero supranacional de todo el mundo, están forzando a los gobiernos y pueblos a implementar una política económica llamada **neoliberalismo**. Nunca antes en la historia de la humanidad, un pequeño grupo de personas habían tenido tal poder. El sueño de Napoleón, Hitler y Stalin, finalmente se cumplió, pero el dominio sobre los pueblos y gobiernos es el económico-financiero-tecnológico.

Este poder tiene **instrumentos supranacionales**, que se encargan de cumplir sus estrategias. El Fondo Monetario Internacional, El Banco Mundial, La Organización Mundial de Comercio, Las Naciones Unidas, El Banco Internacional de Desarrollo y mega empresas transnacionales, entre otros.

El neoliberalismo sostiene que: **los ricos generan riqueza y los pobres generan pobreza**. Por ello, le ha declarado la guerra a los pobres de todo el mundo, incluyendo a los de los países ricos. Se aumentan los estímulos a la inversión, se liberan los precios, se subsidia a los ricos y al mismo tiempo, se recorta extremadamente el gasto social, se eliminan subsidios en alimentos básicos, transportes, educación, por ejemplo.

Bajo una supuesta “globalización”, que no es otra cosa que un desmantelamiento de los viejos Estados Nacionales para convertirlos en Estados subordinados a los centros de poder financiero supranacional. Se cierran cada vez más los mercados de los países ricos y se obliga a modificar el marco constitucional y jurídico de los países pobres, para implementar la explotación de los recursos humanos y los recursos naturales, en favor de los intereses del capital financiero supranacional. **El Neoliberalismo es un totalitarismo**, no sólo económico, pues para imponer su modelo de desarrollo pretende homogenizar a los ser humanos ricos y de clase media, y a los pobres, literalmente desaparecerlos de este planeta. En México la implementación de el neoliberalismo desde 1982 con la administración del Lic. Miguel de la Madrid hasta nuestros días¹, sólo ha traído mayor pobreza a la mayoría de los mexicanos, se han desmantelado la mayoría de las conquistas sociales que heredamos del triunfo de la revolución y de gobiernos nacionalistas. El neoliberalismo atenta contra la identidad cultural, el pluralismo y la diversidad cultural, contra el nivel y la calidad de vida, pero fundamentalmente contra la soberanía.

C.21. La Cultura y la Ecología. El ser humano es el único animal que transforma a la naturaleza, los demás animales durante millones de años de permanencia en el planeta, han buscado su **adaptación**. La

¹ El texto se escribió en 1996 y para 2009 la situación ha empeorado ante el colapso financiero. La voracidad criminal de la especulación demostró que el Mercado debe estar limitado y controlado por el Estado.

cultura occidental en especial, se ha planteado no sólo la transformación, sino la **EXPLOTACIÓN Y DOMINIO** de la naturaleza.

Hemos dicho que el quehacer cultural es antes que nada un trabajo eminentemente espiritual. Hemos dicho también, que el desarrollo humano, debe contemplarse como una dualidad armónica entre los aspectos materiales y los aspectos espirituales de la vida. El desarrollo de este equilibrio lo encontramos en los procesos de todos los pueblos; sin embargo, es a partir de la revolución industrial y en especial de la segunda guerra “mundial”, cuando este equilibrio se empieza a perder y en la actualidad la contaminación de la tierra, el agua y la atmósfera, es uno de los problemas que afectan el bienestar humano en casi todo el planeta. La destrucción de los bosques y selvas, la contaminación de los ríos, cuerpos de agua y los mantos freáticos; la destrucción de la capa de ozono, como la contaminación ambiental de las ciudades medianas y grandes; así como el problema de la basura y los desechos industriales, ponen en peligro no sólo la vida humana, sino al planeta mismo.

Los problemas ecológicos de nuestros días, son un efecto del desequilibrio interno de la sociedad. **La “contaminación” primero se da en la cabeza y en el corazón (esa es la causa)** y los efectos los apreciamos en el entorno humano, en su medio ambiente. El respeto y el equilibrio con la naturaleza habitan en todas las tradiciones, usos y costumbres de casi todos los pueblos del mundo. **El trabajo ecológico y la Promoción Cultural son complementarios.** Por ello se recomienda que la Promoción y Difusión Cultural, integre en sus acciones el trabajo ecológico.

c.22. La política Cultural.

Para la UNESCO, la política cultural es el conjunto de operaciones, principios, prácticas y procedimientos de gestión administrativa o presupuestaria, que sirven de base a la acción cultural del Estado. Para Emmanuel Pouchpa Dass la política cultural es concebida como “un conjunto de principios operacionales, de prácticas sociales, conscientes y deliberadas y de procedimientos de gestión administrativa o presupuestaria que tenga como meta satisfacer ciertas necesidades culturales a través del empleo óptimo de los recursos materiales y humanos de los que la sociedad dispone en un

momento dado. También sirve para precisar ciertos criterios de desarrollo ligando la cultura a la expansión de la personalidad y al desarrollo económico social”.

La política cultura es un instrumento, que orientará las acciones que en materia de Desarrollo Cultural el Estado implemente a través de sus instituciones. En México la política cultural va teniendo diversos “matices” según el proyecto político de cada administración. Existen al menos tres formas en que se expresa la política cultural del Estado. La primera es la política cultural **explícita**, plasmada en un documento rector. La segunda sería la política cultural **implícita** a través de instituciones y acciones como el caso de nuestro país, en el que el C.N.C.A. atiende los diversos aspectos del Desarrollo Cultural a través de Institutos y Direcciones Generales, que son creadas para fines y objetivos muy concretos. La tercera forma de expresar una política cultural, es precisamente **no tenerla**, ni implícita ni explícitamente.

Aunque cuando se habla de “Política Cultural” generalmente nos referimos a Gobierno Federal o a los Gobiernos Estatales, sin embargo puede y debe existir una “política cultural” en instituciones; desde un instituto de cultura, hasta una casa de cultura. Ya que la política cultural (explícita) es un documento rector que ayuda a la institución y a quienes trabajan en ella, a orientar mejor el trabajo.

Las políticas culturales son la **estrategia rectora**, para acceder al desarrollo cultural por parte del estado.

La UNESCO en 1977 declaró: “las políticas culturales son el conjunto de normas y prácticas que adopta una comunidad para alcanzar sus objetivos en el campo cultural, para la concepción y ejecución de estas políticas culturales, es fundamental la participación de las autoridades del Estado, con individuos del sector privado que actúan en el campo cultural”.

En 1982 la UNESCO declara: “las políticas culturales son el conjunto de operaciones, principios, prácticas y procedimientos de gestión administrativa o presupuestaria, que sirven de base a la acción cultural del estado”.

Las políticas culturales sirven como líneas rectoras; para definir objetivos, lineamientos y estrategias, de diferentes y complejas actividades, que el estado desarrolla a través de sus instituciones que se dedican al sector cultural.

Las políticas culturales nos permiten definir objetivos, prioridades, intensidades y cantidades, en el Desarrollo Cultural que promueve el Estado

Las políticas culturales deben ser elaboradas por los planificadores de desarrollo de un país. Esto se hace a través de los **Planes Nacionales de Desarrollo**, de ahí se derivan los Planes Estatales de Desarrollo, en los cuales contienen una parte dedicada al DESARROLLO CULTURAL. De estos planes se derivan las instituciones y sus funciones a partir de sus leyes orgánicas.

La Política Cultural del Estado Mexicano se basa en los siguientes objetivos:

- * **Preservación y Difusión del Patrimonio Cultural Nacional.**
- * **Aliento a la Creatividad Artística y a la Difusión de las Artes.**
- * **Desarrollo de la Educación y la Investigación en el campo de la Cultura y las Artes.**
- * **Fomento del libro y la lectura.**
- * **Preservación y Difusión de las Culturas Populares.**
- * **Fomento y Difusión de la Cultura a través de los Medios Audiovisuales de Comunicación.**

El CONSEJO NACIONAL para la CULTURA y las ARTES (CENCA), es la institución encargada de implementar y coordinar la Política Cultural en nuestro país. De esta manera el Estado Mexicano se ha comprometido a apoyar y alentar “El Desarrollo Cultural” de los mexicanos, no sólo a través de la voluntad política que se inspira en la Constitución, sino en la Planeación Estratégica, donde la Cultura ocupa un lugar fundamental, pues se entiende que el desarrollo material, tiene que compartir prioridades con el Desarrollo Cultural, pues de no ser así, el desarrollo se convierte solamente en “**CRECIMIENTO ECONÓMICO**”, y no se alcanza el Desarrollo Integral o sustentable, que es una expresión profunda de la democracia y la justicia, en su sentido más amplio..

Por ello, en los tres niveles de gobierno, el Estado invierte en recursos humanos, materiales y financieros, para lograr el Desarrollo Integral de los pueblos de México. El gobierno mexicano tiene instituciones en las que la tarea SUSTANTIVA es el Desarrollo Cultural; tal como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), los Institutos de Cultura en los estados y las casas de cultura en los municipios. Sin embargo existen entidades, en especial del gobierno federal que tienen instituciones que el área de Desarrollo Cultural es NO SUSTANTIVA, pero que para el logro de su objetivo sustantivo, se contemplan actividades culturales, es el caso del ISSSTE, IMSS, SEP, Universidades, Sindicatos, etc. donde la Cultura humaniza y completa sus objetivos.

En estos tiempos de cambios, es recomendable evaluar si el Desarrollo Cultural que proponen las instituciones culturales, están cumpliendo cabalmente con los objetivos de alentar el DESARROLLO CULTURAL DEL PUEBLO; y en segundo lugar, si así lo están haciendo, saber si la administración de estos valiosos recursos, es la más eficiente.

En cuanto a la primera consideración, diremos que resulta necesario e impostergable revisar los contenidos y las estrategias de las Políticas Culturales, para saber si se sigue manteniendo un **proyecto COLONIZADOR** o se está apoyando las expresiones más genuinas de la Identidad Cultural de los pueblos que conforman nuestra Nación.

En cuanto a la segunda consideración, creemos que es necesario mejorar los métodos y procedimientos administrativos, pues aunque existen personas que siguen pensando que la Cultura y la administración son campos opuestos; lo cierto es que el Desarrollo Cultural, está inmerso dentro de **La Administración Pública**. Desgraciadamente tenemos todavía políticos que piensan que “la cultura” es cosa de “personas raras” y que cualquier persona o político sin “hueso”, puede diseñar y dirigir un **PROYECTO ESTRATÉGICO DE DESARROLLO CULTURAL**. La realidad es que existen muy pocas personas capacitadas en Desarrollo Cultural en México y muchos menos, políticos que entiendan cabalmente la DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO y **la vinculación, profundidad y**

trascendencia, que tiene un proyecto político con el Desarrollo Cultural.

c.23. La Teoría del Control Cultural. Hemos dejado al último la Teoría del Control Cultural del Dr. Guillermo Bonfil Batalla, dentro del marco teórico conceptual, ya que la consideramos fundamental como **instrumento de diagnóstico, análisis y trabajo** del Promotor Cultural, a quien le recomendamos lea completo el texto. El empirismo y la improvisación son los elementos negativos que nos impiden llegar a la profesionalización y a la excelencia en nuestro desempeño.

*“Por Control Cultural se entiende la capacidad de decisión sobre los ELEMENTOS CULTURALES. Como la cultura es un fenómeno social, **la capacidad de decisión** que define el control cultural es también una capacidad social, lo que implica que, aunque las decisiones las tomen los individuos, el conjunto social dispone, a su vez, de formas de control sobre ellas.*

La capacidad de decisión es, desde otro ángulo, un fenómeno cultural**, en tanto las decisiones (el ejercicio del control) no se toman en el vacío, sin contexto, ni en un contexto neutro, sino en el seno de un sistema cultural que incluye valores, conocimientos, experiencias, habilidades y capacidades preexistentes. El control cultural, por eso, no es absoluto ni abstracto, **sino histórico.

Aunque existen diversos grados y niveles posibles en la capacidad de decisión, el control cultural no sólo implica la capacidad social de usar un determinado elemento cultural, sino -lo que es aún más importante- la de producirlo y reproducirlo” (G. Bonfil Batalla 1991).

Por Elementos Culturales se entienden los recursos de una cultura que resultan necesarios poner en juego para formular y realizar un “propósito social”. Podemos entender por “propósito social” un elevado objetivo compartido por una cultura a través del tiempo. Por ejemplo: la construcción de lo que hoy conocemos como zona arqueológica de Monte Alban, que los zapotecos se llevaron en construir aproximadamente 1350 años.

El Dr. Bonfil Batalla pudo distinguir al menos, las siguientes clases de Elementos Culturales:

- a) **MATERIALES**, tanto naturales como los que han sido transformados por el trabajo humano. Por ejemplo: La zona arqueológica de Mitla.
- b) **DE ORGANIZACIÓN**, que son las relaciones sociales sistematizadas a través de las cuales se realiza la participación y se incluyen la magnitud y las capacidades creativas. Por ejemplo: el tequio o el sistema de cargos.
- c) **DE CONOCIMIENTOS**, es decir, las experiencias asimiladas, y sistematizadas, y las capacidades creativas. Por ejemplo: la herbolaria y la cerámica.
- d) **SIMBÓLICOS**: códigos de comunicación y representación, signos y símbolos. Por ejemplo: La forma de usar el reboso por las mujeres.
- e) **EMOTIVOS**: sentimientos, valores y motivaciones compartidas, la subjetividad como recursos. Por ejemplo: Las fiestas familiares o comunitarias.

El Dr. Bonfil Batalla nos presenta un cuadro en el que los elementos culturales, que como ya se dijo en el inciso (c.4.) *“son los **recursos** de una cultura que resulta necesario poner en juego para formular y realizar un propósito social”*. Los Elementos Culturales se dividen en **PROPIOS Y AJENOS**. Se dice “propios” cuando nacieron en el seno de la Cultura Madre, desde la invención del maíz y la agricultura en el sexto milenio antes de la era hasta 1519 con la llegada de los invasores europeos, como ejemplo: la tortilla. Entendemos por “ajenos” aquellos elementos culturales que nos identifican pero que los hemos adquirido de otras culturas, como ejemplo: el idioma español.

A su vez, los Elementos Culturales tienen otra división sobre las **DECISIONES** que se toman sobre ellos, que pueden ser decisiones propias y decisiones ajenas. Es decir, que sobre los Elementos culturales se toman decisiones, pero unas son tomadas desde el seno de la comunidad y otras decisiones son tomadas desde afuera de la comunidad.

ELEMNTOS CULTURALES	DECISIONES	
	PROPIAS	AJENAS
↓		
PROPIOS	CULTURA AUTÓNOMA	CULTURA ENAJENADA
→		
AJENOS	CULTURA APROPIADA	CULTURA IMPUESTA

De este cuadro se desprende que cuando los Elementos Culturales son propios y las decisiones son propias, tenemos un fenómeno de “**cultura autónoma**”: el grupo social posee el poder de decisión sobre sus propios elementos culturales: es capaz de producirlos, usarlos y reproducirlos”. Ejemplos: la agricultura tradicional, la medicina autóctona llamada herbolaria y cierto tipo de alimentos como el chocolate de agua, el atole, los tamales, etcétera.

Cuando los Elementos Culturales son propios y las decisiones sobre ellos son ajenas, estamos frente a fenómenos de “cultura enajenada”: aunque los elementos culturales siguen siendo propios, la decisión sobre ellos es expropiada”. Ejemplo: los bosques comunales, las danzas antiguas, las fiestas patronales que hoy son comerciales, etc.

Cuando los Elementos Culturales son ajenos y las decisiones son propias, estamos frente a fenómenos de “cultura apropiada”: los elementos culturales son ajenos, en el sentido de que su producción y/o reproducción no está bajo el control del grupo, pero éste los usa y decide sobre ellos”. Ejemplo: los instrumentos musicales de una banda de música de alientos, las radiodifusoras comunitarias, las grabadoras portátiles, etc.

Cuando los Elementos Culturales son ajenos, así como las decisiones sobre ellos son ajenas estamos frente a fenómenos de “cultura impuesta”: ni las decisiones ni los elementos culturales puestos en juego son del grupo social; los resultados, sin embargo, entran a formar parte de la cultura total del propio grupo”. Ejemplo: la televisión, el consumismo, los alimentos chatarra.

El Promotor Cultural debe manejar la Teoría del Control Cultural y tiene que hacer con ella una profunda reflexión para conocer los Elementos Culturales y las decisiones que toman sobre ellos el grupo social en el que pretende trabajar. Es básico conocer con qué tipo de Elementos Culturales trabajamos y qué tipo de cultura se pretende promover y difundir.

El marco teórico conceptual de la Cultura será el elemento que le permita al Promotor Cultural tener mayor conocimiento y profundidad en su trabajo. “El “qué hacer” y el “por qué hacer”, le da mayor solidez y calidad a la Promoción Cultural.

El desarrollo de un marco teórico conceptual de la Cultura, es una tarea permanente y de carácter autodidacta requiere de un hábito constante de lectura, de la disposición a reflexionar y a confrontar ideas de manera abierta. Se recomienda al Promotor Cultural promover y participar en seminarios, foros, talleres y conferencias, en los que se trate este aspecto de la Promoción Cultural que es dinámico y plural.

Para tal efecto se recomienda la siguiente Bibliografía:

.Bonfil Batalla Guillermo.

“México Profundo, una civilización negada”. CIESAS/SEP 1987, Méx.

“Repensar nuestra cultura”. Alianza Editorial. México. 1991.

. Varios autores. “Política Cultural para un País multiétnico”.

DGCP/SEP/COLMEX/UNU.1988

.García Canclini, Néstor.

“Las culturas populares en el capitalismo. Nueva imagen. México 1982

“Política culturales para América Latina”. Grijalvo. México.

“Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad”.

CNCA/Ed. Grijalvo. 1990. México.

.Sánchez Arnau, Juan Carlos. “Desarrollo y cultura: contradicciones y complementariedades en la cultura y las estrategias del desarrollo

Estudios para la UNESCO (mecanografiado)

México 1985.

.Colombres, Adolfo. "Manual del Promotor Cultural". Ediciones del Centro Cultural Mazahua. México. 1990

.Antología "Planeación y Animación de las Culturas Populares". CNCA/CULTURAS POPULARES. 1990 México.

.Valera Barraza, Hilda. Cultura y Resistencia cultural: una lectura política. SEP/ Ediciones el Caballito. México 1985.

.Varios autores. Política Cultural del Estado Mexicano SEP/ Centro de Estudios Educativos, A.C. México, 1983.

.Varios autores. Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego. F.C.E. UNESCO. México 1982.

. Bonifaz Nuño, Rubén. Olmecas: esencia y fundación-, FCE, México. 1992.

III.- PERFIL DEL PROMOTOR CULTURAL

Es conveniente para efectos de este trabajo, hacer una aclaración conceptual sobre los términos de Animador Cultural y Promotor Cultural. Aunque el trabajo que realizan ambos es similar, tendremos que decir que el Animador Cultural se diferencia porque nace de manera espontánea y natural de la sociedad civil. En efecto, la animación cultural la vienen haciendo desde siglos atrás, cierto tipo de personas en la comunidad, que a través de las tradiciones y costumbres de cada comunidad, se van encargando de "animar" los procesos socioculturales. Dentro de la Cultura Madre se les denomina "corazón del pueblo". Son personas que tienen ocupaciones diversas, pero que se han caracterizado por ser los elementos que activan los procesos culturales. Se encuentran en las mayordomías, en los comités de fiestas, templos, danzas, cofradías, escuelas, bandas o grupos musicales. Personas que año tras año, siguiendo una tradición

determinada, convocan a la comunidad para realizar tal o cual actividad que ya es una costumbre en la comunidad.

Las características generales del Animador Cultural es que no responde a ningún proyecto oficial de Cultura, no recibe honorarios su trabajo de alguna manera es anónimo, autónomo y las acciones que realiza son autofinanciadas por la comunidad, y casi siempre pertenecen a la comunidad y tienen ascendencia sobre ella.

El Promotor Cultural por el contrario, trabaja de manera institucional a través de un programa preestablecido, tiene un jefe, recibe honorarios por su labor y opera a partir de recursos asignados por una institución.

Desde esta óptica podríamos decir que tanto la Promoción Cultural como el Promotor Cultural operan desde un área “externa” a la comunidad. La Promoción Cultural pretende auspiciar o promover los mecanismos comunitarios de expansión cultural, apoyando y fortaleciendo la Animación Cultural y apoyando al Animador Cultural.

La visión y comprensión de este fenómeno determinará el éxito o el fracaso de la Promoción Cultural. El Promotor Cultural no puede “crear” la cultura, ni “llevarla” a la comunidad mucho menos reemplazar a los Animadores Culturales. El Promotor Cultural y la Promoción Cultural, deberán alentar, auspiciar, fomentar y promover el trabajo de animación cultural comunitaria. En ocasiones tendrán que incorporar mecanismos externos para lograr su tarea, pero siempre con un irrestricto respeto a los usos, tradiciones y costumbres, sea su universo de trabajo una ciudad, una colonia, un pueblo o una comunidad.

Si todo lo que hace el ser humano es cultura, hemos dicho que podemos subdividir la cultura en dos grandes áreas; la cultura biófila, que desarrolla y enaltece la vida del ser humano y la cultura necrófila que denigra y destruye al ser humano. Dentro del área de la cultura biófila existen innumerables acciones que le permiten desarrollar al hombre, diversas actividades de orden material que garantizan la sobre vivencia y bienestar material (la agricultura, la industria, la comunicación, el comercio, etc.). Sin embargo dentro de la cultura biófila existen una serie de actividades que propician el desarrollo espiritual del ser humano, acciones que le permiten satisfacer

necesidades INTANGIBLES como la solidaridad, el sentido de pertenencia a un grupo social o a un lugar determinado, la fraternidad, el amor, o penetrar campos de lo divino y sagrado, de la creación, etc.; aspectos intangibles de la vida de los seres humanos y de las comunidades que completan o le dan un sentido integrador a la existencia.

Por lo anterior, la Promoción Cultural tiene un carácter EMINENTEMENTE ESPIRITUAL, toda vez que propician el desarrollo espiritual individual y colectivo. El Promotor Cultural por ende, deberá ser una persona que crea en el SER HUMANO y en la HUMANIDAD, que tenga conciencia y claridad sobre la necesidad de desarrollar las potencialidades espirituales y que tenga la sensibilidad necesaria para percibir los fenómenos espirituales que se encuentran depositados en las tradiciones y costumbres de un grupo social. La Promoción Cultural es un acto de amor, de fe en el ser humano y en la humanidad, así como de conciencia en la fuerza espiritual que posee el ser humano.

En consecuencia el Promotor Cultural debe ser un LÍDER en la comunidad, que encauce su mística, conocimientos y su vocación de servicio en el desarrollo de actividades que generen el desarrollo espiritual y el bienestar. Que sus acciones permitan ELEVAR LA CALIDAD DE VIDA del grupo social al cual trata de servir. El Promotor Cultural es el líder inteligente y respetuoso que hace coincidir los intereses y necesidades comunitarias con los planes y programas de la institución en la que presta sus servicios. Es un planeador de acciones que permiten alentar, apoyar y desarrollar los elementos culturales de un grupo social, manifiestos en sus tradiciones, usos y costumbres, y que abre opciones para que la comunidad incorpore nuevas alternativas que sean afines a su forma de pensar y sentir que favorezcan su desarrollo cultural. El Promotor Cultural finalmente es un eficaz administrador de los recursos que el Estado destina para el desarrollo cultural.

En consecuencia el Promotor Cultural es un autodidacta, que teniendo cualquier tipo de estudios (o no teniéndolos) mantiene una permanente y sistemática actitud de estudio y reflexión de los fenómenos económicos, políticos, históricos, sociológicos, religiosos, psicológicos, artísticos y científicos que inciden en su comunidad. La observación, la lectura, el análisis, así como el saber escuchar, ver,

hablar y convencer a las personas, son elementos indispensables para el logro de sus objetivos.

Existen dos posiciones o actitudes por lo general en el Promotor Cultural. La de ser emisor o de la de ser receptor. La primera, la más fácil y cómoda, pero la que nos garantiza el fracaso. Esto es, la del Promotor Cultural que a partir de “sus ideas y concepciones”; planea e implementa “sus proyectos culturales”. La segunda, la más difícil, que requiere de una gran dosis de humildad, es la que parte de la percepción a la sensibilidad, aspiraciones y creatividad comunitaria para enriquecer o facilitar el logro de sus propios propósitos sociales transmitidos en sus proyectos culturales.

El Promotor Cultural debe incorporar en su persona y en su trabajo cotidiano los rasgos distintivos de los elementos culturales, como son: LA TOLERANCIA, LA PLURALIDAD Y EL RESPETO. Como hemos dicho el Promotor Cultural debe ser un LÍDER, un elemento que dinamice los procesos socio-culturales, una persona que sume e incorpore y no que reste y excluya. Es un líder que EVITA LOS CONFLICTOS porque éstos, cualquiera que sean sus resultados RESTAN PODER y el Promotor Cultural es un hombre que tiene “PODER PERSONAL” y este poder radica en la fuerza espiritual y la voluntad de “SER Y HACER” de la propia comunidad, y este poder se expresa en éxito de su trabajo.

Uno de los requisitos indispensables que requiere el Promotor Cultural es una inmensa MADUREZ. En efecto, el Promotor Cultural deberá saber que su trabajo es terriblemente frágil y efímero. Que a pesar de que haga su mejor esfuerzo, está frente a problemas macro de carácter estructural, que lo colocan en una grandísima desventaja. Que en su mente no deberá existir “EL ÉXITO O EL FRACASO” sino el de cumplir con su responsabilidad de manera eficiente. Que jamás debe esperar recompensa o reconocimientos. Que pese a lo difícil de su tarea, no pueda dejar de hacerla, porque más que un trabajo, la Promoción Cultural deberá ser una actitud ante la vida, un medio que le permita el desarrollo de sus propias fuerzas espirituales, en síntesis, ¡un proyecto de vida!

Finalmente diremos que el Promotor Cultural, debe con su trabajo fortalecer a la sociedad civil, debe crear espacios plurales de

participación y expresión, para con ello acrecentar la DEMOCRACIA en su sentido más amplio y profundo.

Bibliografía:

.Ander-Egg, Ezequiel. Metodología y Práctica sobre la Animación Cultural. Editorial Argentina 1984.

.Marín Ruiz, Guillermo.

“Apuntes sobre la Administración Cultural”. Casa de la cultural Oaxaqueña. Oaxaca, México, 1987.

“Programa Calmécac-Una alternativa cultural”. Editorial Tlatocan, Oaxaca, México 1994.

“Para leer a Carlos Castenda”. Colofón. 1999. México.

.Castaneda, Carlos. Viaje a Ixtlán. F.C.E. México 1975.

.Krauze, Enrique. Caudillos culturales en la Revolución Mexicana. Editorial siglo XXI. México 1976.

IV.- ÁREAS DE TRABAJO

La Promoción Cultural tiene al menos ocho áreas de trabajo (promoción, difusión, investigación, educación artística, sector educativo, sociedad civil, administración y auto financiamiento), por lo que el promotor generalmente es un “todólogo”, pero se recomienda que con el tiempo se especialice en alguna de ellas, según su preferencia, sensibilidad y mayor aptitud.

Cuando se inicia un Centro Cultural y no se cuenta con la infraestructura humana, material y económica para iniciar con todas las áreas de trabajo, se puede comenzar con la educación artística y poco a poco ir sumando las demás.

Pero también, sí se entra a operar un Centro Cultural que de alguna manera ya tiene funcionando todas las áreas de trabajo, se recomienda iniciar la intervención una por una, empezando por educación artística, que es el punto fuerte de los Centros Culturales.

Las áreas de trabajo están totalmente interconectadas unas y otras, a veces resulta muy difícil separarlas, aunque es necesario hacerlo. Insistimos en la educación artística porque es la que atrae en primera instancia a los niños y jóvenes, y con ellos vienen sus parientes y amigos. El Centro Cultural que tenga actividades y no tenga participación de la comunidad, es un espejismo y esta condenado al fracaso.

A) LA PROMOCION CULTURAL

En el Diccionario de la lengua española viene: “Promover (del latín *promovere*) iniciar o adelantar una cosa, procurando su logro”. Por ello el Promotor Cultural tiene que “promover” suscitar, iniciar, ORIGINAR; la promoción entonces es “empujar, impulsar, desarrollar” un MOVIMIENTO en el que a través de las actividades ARTÍSTICO-CULTURALES pueda un grupo social elevarla calidad de vida y con ello acrecentar su bienestar a través del desarrollo de su energía espiritual.

La promoción puede entonces trabajar el área artística, tanto en el estudio como la creación y el disfrute de actividades artísticas; música, danza, teatro, artes plásticas, literatura y arte popular. Pero la promoción también puede estar en las actividades culturales de un grupo social, tal como: fiestas, tradiciones usos y costumbres. El aliento y apoyo para que se restablezca una fiesta, tradición o costumbre. El apoyo para que se fortalezca y acreciente las que persisten, es también trabajo de la promoción.

El Promotor Cultural es la persona que “PRO-MUEVE” que el hecho artístico-socio-cultural sea realizado con y para el grupo social. Lo mismo “PRO-MOVIENDO” que se localice a un maestro de danza regional, se le motive y se inicie un taller de danza; que se organice la gente “como antes” para hacer la fiesta del pueblo.

El Promotor Cultural puede trabajar en el seno de una institución y promover las acciones culturales para darle vida a su centro cultural; cómo puede trabajar en las organizaciones de la sociedad civil (mayordomías, cofradías, asociación de vecinos, asociación de padres de familia “clubes culturales”, grupos de danza, teatro, música,

asociaciones y clubes de servicio, etc.). O también puede trabajar en las dos.

El promotor Cultural debe hacer la PROMOCIÓN buscando siempre acercarse a los “animadores” culturales de la población. La promoción busca alentar, fomentar, preservar, impulsar, apoyar, etc.; las actividades culturales que el grupo social ha venido manteniendo con el tiempo y que forman parte de sus tradiciones y costumbres. Debe por otra parte, facilitar los mecanismos para que la educación artística, la investigación cultural y la difusión se lleven a cabo; también procura por todos los medios posibles a su alcance que los artistas y creadores, produzcan en las mejores circunstancias.

La Promoción es el principio y el fin del proceso. La Difusión, Investigación y gestoría, Educación Artística giran en torno a la Promoción. La requieren para iniciar, para desarrollar y para acabar los procesos que cada una de ellas desarrolla. Como se ve las cuatro actividades están interconectadas a través de la promoción y son interdependientes.



La promoción puede hacerse de las actividades o servicios que ofrece un Centro Cultural tanto en sus instalaciones como fuera de ellas. Como actividades socio-culturales que se desarrollan en una comunidad, tales como: Fiestas Patronales, Tradiciones y costumbres.

En un segundo nivel encontramos las actividades relacionadas con: el sector educativo, la sociedad civil, la administración y finalmente el auto financiamiento. Están en un “segundo nivel”, no porque tengan menor importancia, sino porque se supone que son áreas que son de apoyo para lograr un trabajo de excelencia en un Centro Cultural. Porque no basta tener un buen trabajo en las cuatro primeras áreas, el trabajo en el sector educativo y la sociedad civil, permiten consolidar en la comunidad al Centro Cultural. Y el trabajo en las áreas de administración y auto financiamiento permiten que el Centro Cultural tenga solides y fortaleza. Pero como hemos dicho ya, las ocho áreas de trabajo están interconectadas totalmente.

De las ACTIVIDADES que desarrolla un Centro Cultural podemos mencionar las siguientes:

a.1): **TALLERES ARTÍSTICOS.-** En la comunidad siempre existe un grupo de personas que o son artistas o instructores o tienen aptitudes y desarrollan una actividad artística; hasta verdaderos maestros. Detectarlos, coptarlos, motivarlos e implementar la reproducción del conocimiento a través de talleres artísticos es responsabilidad de la promoción. La educación no formal en el campo de las artes, es fundamental en la formación de los niños y jóvenes. Los Centros Culturales no son formadores de artistas y menos, promotores de artistas.

Los talleres libres les permiten a los niños y jóvenes desarrollar un lenguaje que le permite auto conocerse y expresar por medio de la creatividad y sensibilidad, lo que siente, piensa, aspira, imagina, desea. Por esta razón los talleres libres coadyuvan para que el estudiante pueda desarrollar con mayor vigor y claridad su personalidad y su vocación como Ser humano. Lo que hoy conforma nuestro país fue la cuna de la civilización del Anáhuac y en ella, a lo largo de tres mil años los niños y jóvenes fueron a una escuela de educación artística llamada “Cuicacalli”, que en lengua náhuatl significa, “casa del canto”. Ésta educación artística, que vivó entre nosotros durante miles de años, sigue presente en nuestro subconsciente colectivo y hace de cada mexicano un ser humano muy sensible y creativo. Esta es la razón por la cual los talleres libres son muy socorridos en los Centros Culturales y sí se cuenta con una

buena planta de instructores, serán “el corazón” que moverá todas las actividades.

Debe evitarse que en los “talleres libres” que se ofrezcan a la comunidad se promuevan “talleres chatarra”. En efecto, cuando no se entiende la labor educativa y formativa del centro Cultural, se pretende “atraer al público” con talleres que no tienen nada que ver con un Centro Cultural y que generalmente están asociados a una moda, a los medios masivos especialmente la televisión y que atentan contra la cultural regional o definitivamente nada tienen que hacer en un Centro Cultural. Se requiere criterio y convicción. No necesariamente lo que piden los jóvenes es siempre “lo mejor”. Son demandas ficticias e impuestas.

a.2): **PRESENTACION DE EVENTOS** de Danza, Teatro y Música. Desde que se integren los grupos artísticos, o estos salgan de los talleres; hasta apoyarlos en la producción y montaje de la presentación (vestuario, estenografía, sonido, iluminación y difusión). El Centro Cultural pretende ofrecer a su comunidad actividades artísticas para que mejore la atmósfera cultural, para ello podrá recurrir a los grupos o cuadros que surjan de los talleres libres, pero no es el objetivo sustantivo del Centro Cultural, el “promover artistas”.

Existen algunas personas que piensan que el Estado a través de los Centros de Cultura tiene “la obligación” de promoverlos artísticamente. Esto es un error, toda vez que el artista que pretende promoverse “comercialmente” debe buscar otros canales y medios. Las llamadas “industrias culturales” responden a estas necesidades. Sí un artista tiene calidad seguramente encontrará un mercado para su producción. Pero un Centro Cultural no debe gastar sus recursos en estas tareas.

a.3): **EXPOSICIONES.**- Pueden ser de los trabajos que se hacen en los talleres (artes plásticas, arte popular), o presentar la producción de los artistas de la comunidad. No es la función del Centro Cultural el convertirse en una “galería comercial”, lo que se pretende es que el público conozca la producción de los artistas locales y especialmente que los alumnos del Centro Cultural vivan cotidianamente la producción artística local y foránea. Recibir periódicamente exposiciones itinerantes es muy saludable para la comunidad.

Se recomienda organizar de diferentes formas las visitas a la galería, sea con los propios alumnos del Centro Cultural guiados por sus propios maestros, como invitar a grupos de alumnos de escuelas cercanas con una guía explicativa de las artes plásticas en general y de las técnicas en particular de la exposición a visitar. Existen muchas actividades que se pueden generar con un grupo visitante en una galería. Sí no se cuenta con un museógrafo o una persona encargada de atender a las escuelas, esta labor la puede hacer el directo del centro Cultural.

a.4): **CONFERENCIAS.-** En el centro cultural siempre existen personas que conocen o dominan un tema de interés cultural para la comunidad. Organizar las conferencias, tanto de éstas personas como de otras que viven en la comunidad, es una tarea de Promoción.

Los centros educativos especialmente de nivel medio y superior, siempre son un buen lugar para encontrar a profesionistas o gente con una línea de conocimiento que esta en buena disposición para difundir sus conocimientos.

a.5): **FOROS.-**Se recomienda organizar foros en los que se discuta y analice un tema de interés general, invitando a dos o tres personas que conozcan del tema a tratar y tengan diversos puntos a de vista. Para propiciar el encuentro y reflexión del público.

Los foros son un espacio que en general la comunidad necesita. Se requiere de imaginación, creatividad, relaciones públicas para ir con el tiempo consolidando un foro.

Lo importante de los foros no es el número de participantes ni de público, sino su regularidad. En efecto, sí la comunidad sabe que cada primer viernes de cada mes, o todos los martes, por ejemplo; encontrará a la misma hora y en el mismo lugar a un grupo de personas intercambiando ideas, a mediano plazo se crea un “espacio propio” de la comunidad dentro del Centro Cultural.

a.6): **TALLERES LITERARIOS.-** Se recomienda promover la organización de un grupo de personas (jóvenes y adultos) que les guste escribir y conocer la literatura y la poesía. Generalmente existen maestros de literatura en las escuelas de enseñanza media que les

gusta la literatura y que no cuentan con un espacio propicio para “talleres” o existen escritores y poetas reconocidos en la comunidad, a los que hay que involucrar en esta labor.

a.7): **LECTURAS O RECITALES POÉTICOS.-** Organizar lecturas de las obras literarias o poéticas que se producen en la comunidad o que son producto de talleres literarios. En cada comunidad existe gente que escribe y guarda su trabajo. Se debe pro-mover que estos trabajos sean conocidos por el mayor número de personas.

a.8): **EDICIONES.-** Producto de los talleres literarios y de las lecturas se puede iniciar una labor “Editorial”, que debe en principio buscar el difundir la producción literaria poética o de investigación que se está realizando. Las ediciones pueden ser desde modestos trabajos fotocopiados, mimeografiados o impresos, de manera rústica pero bien hechos y sus tirajes pueden ser desde 10 hasta quinientos ejemplares y su distribución es local. Con las nuevas tecnologías se puede hacer ediciones en CD para su difusión en Internet.

a.9): **CONVOCATORIAS.-** Una forma de pro-mover la actividad artístico-cultural es a través de convocar a premios o concursos en todas las áreas; tal como premios de artes plásticas, literatura, música, danza, teatro, investigación, arte popular. También pueden ser estos premios convocados para estimular fiestas, tradiciones y costumbres.

Estas convocatorias se pueden y deben hacer en coordinación con otras instancias, que no necesariamente tienen que ser culturales o educativas. A ciertas empresas, sindicatos, asociaciones, organismos no gubernamentales, les puede resultar interesante y provechoso compartir un proyecto de este tipo para “vestir” a su empresa o institución.

En general, la experiencia nos dice que dan mejores resultados las convocatorias locales. Las convocatorias nacionales e internacionales pueden aparentemente ser de mayor trascendencia, pero esto resulta engañoso toda vez que se requiere un premio muy atractivo para que los convocados del país y el mundo, pongan su interés y tiempo en la convocatoria. Y cuando se logara este objetivo, los “favorecidos o estimulados” son personas o grupos ajenos a la comunidad.

Las convocatorias locales estimulan y promueven la vida cultural, artística e intelectual de la comunidad en donde trabaja el centro Cultural.

a.10): **ACTIVIDADES EXTRA MUROS.-** Pueden ser estas actividades, llevadas directamente por la institución o en coordinación con otras instancias a escuelas, plazas públicas instituciones afines y no afines, públicas y privadas. Las actividades extramuros son un excelente instrumento para promover al Centro Cultural y lograr penetrar en el tejido social. Sin embargo, se recomienda que estas actividades se inicien cuando el Centro Cultural haya logrado un mínimo de consolidación. No se puede crecer “hacia fuera” cuando no se ha consolidado internamente.

El trabajo con las escuelas cercanas y lejanas al Centro Cultural, con las asociaciones de vecinos, con los sindicatos, con empresas y comercios, en cualquier lugar que existe una organización social y en la cual se pueda concertar una coordinar para darle “servicios culturales” a empleados, asociados o miembros de la organización y sus familiares, especialmente niños y jóvenes.

Se pueden concertar actividades de educación artística, como talleres libres o de difusión, como eventos artísticos en sus instalaciones. En la medida que el Centro Cultural encuentre “puntos de apoyo o anclajes” en el tejido social, en esa medida el trabajo tiene mayor apoyo y mayor difusión. Por nuestra cultura ancestral, el mexicano en general, independientemente de su extracción cultural y económica, siempre ve con buenos ojos todo lo que se refiera a apoyar las actividades culturales. Atávicamente siente que son actividades que benefician y fortalecen a la comunidad.

a.11): **ACTIVIDADES FORÁNEAS.-** Cuando se lleva un evento artístico a otra población, cercana o distante, se debe hacer con muchas precauciones, entre las más importantes señalaremos las siguientes: a).-SEGURIDAD, de las personas que viajen, la transportación, hospedaje y alimentación deben estar asegurados en un 100%. b).- LA FORMALIDAD, toda invitación debe ser por escrito, originada por una institución responsable. c).- Cuando viajen niños estos deben ser acompañados por algunos padres de familia y cada niño debe tener por escrito la autorización del padre o tutor. d).- LA

GARANTÍA de que se cumplan los requerimientos técnicos necesarios (adecuado foro, iluminación, sonido, escenografía, embalaje en caso de enviar objetos y su buen manejo). La experiencia nos indica que el Promotor Cultural debe asegurar al máximo un evento foráneo, pues éste conlleva muchos riesgos, y si por una parte estimula la vida cultural de un centro cultural, por otra, un accidente puede ser demoledor a una tarea de Promoción.

El apoyo a Fiestas y Ferias Tradicionales, tradiciones y costumbres es otra variante de la PROMOCIÓN, este trabajo se debe hacer al lado de los ANIMADORES CULTURALES de la comunidad, NO se trata de suplirlos, ni de “dirigir u organizar” las actividades. Por el contrario se debe pretender ser un apoyo respetuoso de los usos y costumbres. Acercar los recursos institucionales y gestionar otros apoyos, para que estas acciones comunitarias recobren su vigor y fuerza.

Para la promoción de los eventos artístico-culturales, se debe tomar en cuenta que es muy necesario tener los elementos básicos de sonido, iluminación, escenografía, tarimas, sillería, ventilación y siempre prever un sistema de evacuación en caso de una contingencia. Siempre hay que tener en cuenta la atención al público, como a los artistas o invitados. Finalmente diremos que en la promoción de eventos artístico-culturales, no es tan importante la cantidad de personas que asistan a ellos, como la continuidad y seriedad con que se realicen.

De los **SERVICIOS** que puede brindar un centro cultural podemos mencionar los siguientes:

a.12): **AUDITORIO.**- Según el Centro Cultural, este servicio que requiere tanto la institución como la comunidad, puede ser un teatro, un auditorio, un salón de actos, un aula audiovisual, un foro al aire libre o un simple espacio para que en el realicen actividades, tanto artístico-culturales, como actividades de interés comunitario, procurando que no sea ni religiosas ni políticas. Un Centro Cultural debe aspirar a ser el centro de la vida comunitaria. El Centro Cultural debe ser un espacio abierto y plural de fácil acceso, evitando el elitismo, el clientelismo y el favoritismo. La promoción de todo tipo de actividades de interés comunitario, en especial las artístico-culturales es una labor del Promotor Cultural.

a.13): **GALERÍA.-** Existen centros culturales que cuentan con un espacio predeterminado para la galería y que tienen las condiciones necesarias como: amplitud, seguridad, ventilación iluminación, mamparas, etc. Sin embargo cuando no se cuenta con esto, se requiere de la imaginación y creatividad del promotor cultural. La galería del centro cultural puede adaptarse en corredores y pasillos techados, en auditorios o similares y en cualquier “pared que se deje” siempre y cuando cuente con los elementales requisitos de seguridad.

a.14): **BIBLIOTECA.-** Afortunadamente ahora existen bibliotecas en muchas comunidades del país. Sin embargo la biblioteca es un servicio fundamental para un Centro Cultural. Si no se cuenta con una, se puede organizar un servicio eficiente, tomando en cuenta que la biblioteca del Centro Cultural puede tener un acervo de libros especializados en arte y cultura, y que debe convertirse en un centro de reunión de los jóvenes y niños para hacer tareas, con monitores que apoyen ese fin. Conseguir máquinas de escribir y computadoras, para poder hacer trabajos, también atrae a los estudiantes. Cuando es pequeño un centro cultural se le pueden sumar a los servicios de la biblioteca en forma incipiente otros servicios que más adelante enunciaremos como son: contar con revistas, periódicos, fotografías, discos, casetes, video casetes y centro de cómputo. El objetivo es hacer de la biblioteca un espacio múltiple, en el que asistan tanto público interno (los alumnos del centro cultural) como público externo (estudiantes, padres de familia y público en general). La biblioteca del Centro Cultural debe ser una lugar agradable, que los usuarios lo “hagan suyo”, de modo que se debe ser “flexible y tolerante” en cuanto a la disciplina y el silencio.

a.15): **FONOTECA, VIDEOTECA, HEMEROTECA.-** Como se dijo, estos servicios pueden nacer en la biblioteca y cuando se cuente con un espacio y material suficiente, se puede implementar un servicio especializado en: Fonoteca, adquirir vía compra o donación Discos compactos o casetes de música grabada para ser presentados al público para tal efecto; de la misma forma se puede ir haciendo un acervo de películas que puedan facilitarse bajo las mismas condiciones en formato DVD. Es conveniente tanto en uno como en otro servicio, procurar adquirir material de calidad, que propicie el conocimiento y disfrute del usuario, para que eleve su calidad de vida.

Debe rechazar todo material que denigre la sensibilidad y que sea enajenante.

HEMEROTECA, se recomienda tener un acervo de periódicos y revistas locales y nacionales. El archivo y clasificación de los mismos a la larga nos permite tener un acervo que es un patrimonio de un Centro Cultural. Puede existir el servicio de Cine Club, si se cuenta con el equipo y la sala adecuada. No lo mencionamos como un servicio importante, porque debido a los adelantos en video y DVD, y al costo que representa la renta y transportación de las películas en 16 y 35 milímetros, así como la necesidad de un buen proyccionista, así como la escasez de este material, el cine club tiende a desaparecer como tal. Sin embargo, se abre una mejor posibilidad con una cineteca a partir de poseer una buena colección, seleccionando películas premiadas, de directores reconocidos, de temas históricos y científicos, todo este material existe en DVD, y puede ser ofrecido en préstamo.

a.16): **FOTOTECA.**- Es conveniente para un Centro Cultural iniciar un archivo de fotografías antiguas y recientes de la comunidad. Esta “memoria fotográfica” se puede ir haciendo a partir de donaciones o préstamos de fotografías antiguas para sacarles copias, que generalmente están olvidadas o al punto de perderse en cada familia de la comunidad. A cada fotografía se le debe incorporar toda la información posible con que se cuente. Esta es una labor a mediano plazo y muchas veces no es tan importante la cantidad, sino la calidad (el valor histórico) del material. Se puede convocar a la comunidad a que participe prestando sus fotografías familiares o personales. Los temas de las exposiciones pueden ser de: bodas, quince años, edificios, transportes, deportes, escolares, fiestas populares, etc.

a.17): **CAFETERIA.**- Todo Centro Cultural requiere de un espacio para descansar, platicar y en su caso beber y comer alimentos sencillos. Si se cuenta con un espacio ex profeso es ideal, pero sino se tiene, debe improvisarse de la manera más sencilla. Se recomienda siempre “concesionar” este servicio, pues más que una “entrada” económica a la institución, debe contemplarse como un servicio a los usuarios y visitantes del Centro Cultural. En la concesión es conveniente asegurarnos de que la calidad, higiene y precios sean los mejores.

a.18): **LIBRERIA Y TIENDA.-** Aunque es deseable contar con estos servicios de manera independiente se puede iniciar estos servicios en un mismo espacio. En cuanto a la librería, puede conseguirse material a consignación tanto en editoriales como en instituciones de cultura. Se recomienda tener material que sea requerido por los alumnos del Centro Cultural y las escuelas. La librería más que un negocio, debe tenerse como un servicio. La tienda puede tener artículos que requiera el alumnado del Centro Cultural para sus talleres, pero también se pueden vender, los objetos artísticos que se produzcan en la institución, o puede incorporarse CD's. DVD's, cassettes o material para los artistas. En cualquiera de los casos se recomienda concesionar el servicio, procurando asegurar calidad y precio para el consumidor.

a.19): **MUSEO DE SITIO.-** Cuando una comunidad cuenta con un Patrimonio Cultural Tangible, sea éste de la época de Los Viejos Abuelos, de la colonia, del siglo pasado, de principios de este siglo. Ya sea de la revolución, de un hecho histórico o artístico muy importante. O simplemente que los ciudadanos de la comunidad guarden en sus casas objetos que exalten una época, un personaje regional, una actividad productiva, artesanal o artística, es conveniente crear una sala o un pequeño museo de sitio, a partir de la promoción, concientizando de la idea y los objetos que formarán "la colección".

Para ello es posible pedir asesoría al INAH o a la Institución Cultural del Gobierno del Estado. Realmente no se requiere una gran inversión y puede convertirse la sala de exposición en un lugar muy importante para la comunidad, toda vez estará reforzando la identidad y la memoria histórica.

a.20): **CULTURA POPULAR.-** Hemos dejado a propósito la Cultura Popular para tratarla al final de este capítulo. Su importancia en la Promoción Cultural es inconmensurable. El Promotor Cultural y su Centro Cultural, deberán trabajar proyectos nacidos de las necesidades, gustos o preferencias de la sociedad. Sin embargo, existen en la comunidad cierto tipo de actividades eminentemente culturales, que se sustentan como una valiosa herencia. Estas actividades mantienen un profundo carácter filosófico-espiritual y sirven para regular y dirigir la vida en la colectividad.

De esta manera encontramos que la Cultura Popular conforma parte de el llamado “Patrimonio Cultural Intangible”, que es la suma en sentimientos, gustos, preferencias, recuerdos, saberes, tradiciones, fiestas, usos y costumbres entre otros, donde está depositada la fuerza espiritual del pueblo y es precisamente esta fuerza, la que mueve al ser humano, en la milenaria búsqueda de la luminosa conciencia.

En efecto, la Cultura Popular tiene “FORMA Y FONDO”. La primera, es cambiante y movable de acuerdo al tiempo y el espacio. Es la “superficie”, es el medio. La segunda, el fondo; es permanente y en esencia se mantiene inmutable.

Generalmente ese fondo es de carácter filosófico-espiritual-comunitario. Por ejemplo el culto “externo” a Tonatzin Virgen de Guadalupe. Puede cambiar de una “diosa” pagana a una virgen cristiana; pero en el fondo, que en este caso es eminentemente filosófico- espiritual, es el amor a la madre querida...la tierra a sus hijos.

Otro ejemplo espléndido resulta la Fiesta de día de Muertos, en la que si se ve con pasión y devoción, permite al habitante común, tener contacto con procesos filosófico-espirituales de suma importancia en la vida, de carácter ontológico, como es el vincularse con el pasado y los que nos han precedido (los difuntos). Pero también la fiesta nos invita a pensar sobre “el que hacemos” y sobre todo, a dónde iremos al finalizar la vida.

Es así como el pueblo deposita su sabiduría y su experiencia “existencial”, de una manera, a veces subterránea, a veces abierta, en las manifestaciones de la llamada Cultura Popular. En especial en México donde la milenaria cultura de los Viejos Abuelos se vio obligada a ENCUBRIRSE a partir de la feroz invasión y negación europea, nuestros pueblos crearon una sólida cultura de RESISTENCIA que permitió en lo popular, mantener milenarios y efectivos mecanismos, para salvaguardar lo VITAL y ESENCIAL de lo humano, a través de sincretismos y apropiaciones increíblemente creativos, que “externamente” la hacen verse... mágicos y surrealistas, pero que en el fondo contienen valores y mensajes de alto contenido

humano como la familia, la amistad, la solidaridad, el respeto por lo divino y sagrado.

Por ello el terreno de la llamada “Cultura Popular” es un espléndido espacio, para desarrollar la apropiación cultural y la desenajenación cultural, a través del trabajo con los llamados “Elementos Culturales” de la comunidad, podremos acceder espacios concretos del concepto de Patrimonio Cultural e Identidad Cultural.

El Promotor Cultural no deberá trabajar en la “superficie” de la cultura popular, en lo que peyorativamente llamaremos, visión “Folkloroide de la cultura propia”. Como una vez mencionó el Dr. Bonfil Batalla cuando fue Director de Culturas Populares del CNCA. “No deseamos más rescataadores de la Cultura Popular en esta Dirección, pues este tipo de “rescates” no son otra cosa, más que actas de defunción de la Cultura Popular”.

La Cultura no “se rescata”. Por el contrario, en todo caso la Cultura es la que nos puede rescatar a nosotros. Toda aquella persona que pretenda realizar un “rescate cultural” en una comunidad, o es un ignorante en materia de Desarrollo Cultural o un neocolonizador. Los únicos que pueden hacer “rescates culturales” son los arqueólogos, arquitectos y los restauradores. Y estos “rescates culturales” se realizan únicamente en el patrimonio cultural tangible.

No se pretende que el Promotor “cree y desarrolle” los proyectos de una supuesta Cultura Popular. Lo que se recomienda, es que el Promotor se sensibilice y se introduzca en la verdadera y profunda vida y dinámica cultural de su comunidad. Que apoye a los ANIMADORES CULTURALES que existen en la comunidad. Que aliente y fomente las tradiciones, fiestas, usos y costumbres; desde luego manteniendo un irrestricto respeto a sus mecanismos y a los portadores de la tradición.

B).- LA DIFUSIÓN

Aunque se llega a confundir la difusión con la promoción, ésta última como vimos anteriormente es la acción de PRO-MOVER y la difusión (de latín diffundére- verbo transitivo-extender, derramar.- divulgar, propagar- Diccionario de la lengua española) es la de dar a conocer lo

que: vamos a hacer, estamos haciendo e hicimos. No hay que confundir la Difusión con la publicidad. La primera pretende informar, la segunda induce a consumir. Las actividades culturales no se deben inducir como consumo porque se enajenan. La difusión cultural cobra día a día mayor importancia. En una sociedad tan comunicada, con tantos mensajes, las personas se saturan y cierran su percepción, o por el contrario requieren la información de la manera más cómoda o expedita para estar informados. La promoción requiere de la difusión para lograr sus objetivos. Pues no basta PRO-MOVER el hecho cultural para que éste suceda, se requiere que las personas para quien se realiza la promoción cultural, se enteren y participen, sea como actor o como espectador. Sin embargo, la difusión no es tan sólo “hacer publicidad o anunciarse”. La difusión cultural debe tener una manera propia y diferente de comunicarse pues un centro cultural ni vende jabones, ni ofrece servicios bancarios. Un centro cultural ofrece **SERVICIOS Y BIENES CULTURALES** que exaltan el espíritu, elevan la calidad de vida y aumentan el bienestar individual y colectivo, así como fortalece la Identidad Cultural y la memoria histórica.

La difusión cultural debe contar con una pre-determinada imagen institucional, diseñada con objetivos claros y concretos. Esta imagen se debe mantener de manera constante. Se debe tratar de evitar caer en lo grotesco y vulgar. Por ejemplo, si se usa la radio: tener una misma entrada musical, la misma voz que ésta sea agradable y modulada, sin gritos y palabras vulgares; si es un impreso, tratando de que se utilice un mismo color de papel, un mismo tipo de letra; esto es, buscando mantener una imagen “institucional” de calidad, buen gusto y efectividad. Por ser una institución cultural, por elemental credibilidad, se debe cuidar, lo que se dice y lo que se escribe. No puede haber una falta de ortografía, en una manta o cartulina hecha a mano, ni mucho menos en un impreso.

Lo primero en la imagen de la institución es el logotipo. Éste tiene que ser reconocido, entendido y apreciado por la comunidad. Atrás del logotipo está todo lo que somos y deseamos ser. El logotipo y el nombre del Centro Cultural es lo que nos unirá con la gente; será pues nuestro primer contacto. De modo que cuando la gente lo vea, sepa qué representa y qué significa.

La papelería de la institución debe ser sobria y austera y se debe distinguir inmediatamente. Las invitaciones deben ser elegantes pero sencillas, deben contener la información precisa, quién invita, a quién invita, para qué lo invita, en dónde, cuándo (día, fecha y hora). Las invitaciones pueden ser hechas a mano, fotocopiadas, impresas o hechas en computadora y enviadas por Internet, pero lo fundamental es que estén a tiempo, en las manos de nuestro invitado.

El programa de mano tiene como objetivo informar al público que ha llegado al lugar del evento, lo más objetivo y preciso, para que tenga un mayor conocimiento de lo que va a presenciar y lo pueda apreciar de la mejor forma, tal como nombre del evento, institución que le auspicia, nombre del grupo artístico y de los artistas, curriculum (breve), puede ponerse una sinopsis de la obra, datos sobre el autor. En caso de conciertos, nombre de la obra, datos técnicos y autor.

El programa de actividades mensuales debe tener la información necesaria y oportuna, para que el público pueda seleccionar de acuerdo a gustos y posibilidades de tiempo, la actividad que más interese. Por otra parte el programa de actividades también sirve para difundir todo lo que hace el Centro Cultural, y aunque la gente no asista a todos los eventos, es conveniente que esté informada de lo que hace la institución. La programación mensual puede hacerse imprimir en offset y pedir a comercios o instituciones que paguen el costo de la factura, poniendo en la programación un agradecimiento a los “patrocinadores”.

Tanto de las invitaciones, como de los programas de mano y el programa de actividades, es conveniente siempre hacérselos llegar a las autoridades y líderes de opinión de la comunidad, independientemente de que asistan o no asistan, de una manera permanente y sistemática.

Se recomienda hacer un directorio de invitados, por: ocupación y preferencia artística-cultural. Esto se puede hacer a través de formas con los datos personales, que se entregan a la entrada del evento y se recogen a la salida.

b.1).- **RADIO.-** Entre los medios de difusión que están al alcance del Promotor Cultural, uno de los que tiene mayor eficacia es la radio. Los

mensajes deben ser objetivos, deberán responder las siguientes preguntas: Qué (evento), con quién (qué grupo o persona lo realiza), cuándo (día), a qué hora (del evento), dónde (en qué lugar se realiza) y qué institución lo presenta. Los mensajes no deben exceder de 30 segundos. Se recomienda siempre tener una misma entrada musical, para que las personas con el tiempo reconozcan inmediatamente nuestra institución. Al contratar los “spots” en la radiodifusora, deberán ser acompañados de un oficio, especificando el número de spots diarios y si es posible la hora en que desean salga al aire. Para la grabación del spot, se recomienda que el locutor module la voz de manera agradable, sin gritos, tratando de lograr sobriedad y buen gusto. Siempre es posible lograr que otra institución, industria o comercio patrocine los spots, acordando que al final se enuncie la “cortesía” del patrocinador. Cuando no se tienen medios económicos, los noticieros y los programas pueden ser otra opción, esto requiere ir a la radiodifusora como invitado. Otra alternativa puede ser buscar un patrocinador y tener un programa informativo de actividades del Centro Cultural por lo menos una vez a la semana, con 15 minutos es suficiente. Por cualquier medio que se logre, es muy conveniente difundir el trabajo en la radio, pues es una costumbre que muchas personas la escuchan, sobre todo por las mañanas.

b.2).- **PRENSA.-** El periódico es un medio, que aunque no tiene el alcance de la radio, es leído generalmente por los “líderes de opinión” de la comunidad. Si se tienen recursos se pueden insertar anuncios de nuestras actividades. Como en toda la difusión hay que buscar que nuestros mensajes sean lo más claro y objetivo posible. En el caso de la prensa, se debe lograr una “estética” en el caso del diseño, no usar diferentes tipos de letra y tratar de que tenga el menor texto posible, procurando que siempre aparezca el logotipo de la institución y evitar personalizar o “firmar” los mensajes por “el director”. En caso de que no se cuente con recursos para pagar las inserciones, se recomienda hacer los “boletines” que no deben pasar de una cuartilla, escrita a doble espacio y con máquina de escribir o computadora.

Es muy difícil que inserten el boletín tal como lo enviamos, por lo general el reportero, toma de ahí la información y hace su nota. Otra posibilidad es tener amigos en el medio, a quienes permanentemente los estamos invitando a las actividades. En algunos casos especiales se puede convocar a una “rueda de prensa”, esto puede ser en las

propias instalaciones o en un restaurante, convocando a todos los medios, T.V., radio y revistas especializadas, la rueda de prensa es para difundir una actividad de gran trascendencia, en cualquiera que sea el lugar en que se lleve a cabo, lo usual es ofrecer desde un café, hasta un desayuno. Otra opción puede ser llevar a nuestros invitados o ir nosotros mismos a las oficinas del medio y solicitar una entrevista. Es común que los periódicos si se les sabe pedir, proporcionen un espacio semanal sin costo, para difundir las actividades del Centro Cultural. Las buenas relaciones con la prensa se basan en el respeto y atenciones personales que se tengan con los periodistas, debemos de tener presente que no son empleados de la institución y que tienen sus propios criterios. La última recomendación sería que por ningún motivo existan conflictos con los periodistas.

b.3).- **CARTELES.**- Los carteles pueden ser un medio excelente de difusión si son colocados en lugares “clave” de la comunidad. Estos lugares deben ser punto de reunión o encuentro de la población, tales como oficinas de gobierno, mercados, comercios concurridos, escuelas. Los carteles al igual que toda la difusión, como hemos dicho debe ser objetiva y clara. Un cartel tiene que llamar la atención y debe tener el menor texto posible; no se debe “decir todo” en un cartel, lo más importante, recuerde que a las personas no les gusta leer “novelas” en los carteles. Existe una gama muy grande de posibilidades de hacer carteles, desde los más sencillos, hechos a mano pasando por los hechos en serigrafía, hasta los impresos. Se recomienda hacerlos en tamaño pequeño, ya que generalmente cuando nos dan permiso de pegarlos en un comercio u oficina pública, el tamaño grande resulta inconveniente, dado que no se debe ocupar grandes espacios de cristales, vitrinas o paredes. Con el cartel, no se trata de “tapizar” toda la comunidad con carteles, el sitio exacto, el buen gusto en el diseño y la efectividad de mensaje es lo importante. Aquí se puede utilizar la voz popular de que “más vale calidad que cantidad”.

b.4).- **MANTAS.**- Este medio es muy socorrido por diversas instituciones y organizaciones, así como por la iniciativa privada. Como en todo lo referente a la difusión, la saturación y abuso produce resultados contraproducentes, por lo cual se recomienda el criterio, el buen gusto y la objetividad del mensaje. Las mantas generalmente tienen un buen resultado siempre y cuando: 1).- Se utilicen en eventos

muy especiales, 2).- Que estén bien hechas y puestas en lugares estratégicos, pero que no dañen el conjunto estético del lugar, 3).- Que no tengan faltas de ortografía. 4).- Quitarse inmediatamente después del evento.

b.5).- **MAMPARAS.**- Las mamparas pueden usarse de manera regular, tanto para difundir una programación mensual o semanal y en su caso para difundir un evento especial. Desde llevar siempre el logotipo de la institución y además de ser de buen gusto, se recomienda usar un mismo color distintivo de fondo y tratando siempre tener el mismo tipo de letra. Las mamparas deben estar ubicadas en lugares estratégicos y mantenerlas en los mismos sitios. La mampara puede tener los mismos tipos de información: 1).- Para eventos especiales, 2).- Para programación y 3).- Para difusión institucional. Se debe cuidar que las mamparas estén en buenas condiciones y no tener información caduca, pues eso da mala imagen a la institución, así como “limpiarlas” constantemente de otro tipo de carteles.

b.6).- **VOLANTES.**- Los volantes son una buena herramienta en la difusión. Se recomienda usarlos para eventos especiales y para la difusión de los talleres de educación artística. Como toda difusión debe ser hecha con buen gusto, no usar muchos tipos de letras, no tener faltas de ortografía. Se recomienda que se repartan en sitios públicos en donde concorra mucha gente. Como en todos los casos de la difusión debe mandarse a hacer con mucha anticipación, para poder ser repartidos por lo menos tres días antes del evento en cuestión. Uno de los elementos básicos para el éxito de la difusión es su oportunidad, de nada vale hacer difusión el mismo día del evento promocionado. Uno de los problemas que tienen los volantes, los carteles y las mantas es que si no se manejan con sentido común, pueden deteriorar la imagen de la comunidad, por ello debe planearse una buena estrategia para su planeación, respetando los edificios, plazas y calles, tratando de que no afecten o deterioren la imagen estética de la comunidad.

b.7).- **PERIFONEO.**- El “Carro de sonido” puede ser de mucha utilidad cuando no tenemos acceso a la radio. La música y el mensaje deben ser lo más agradable posible; sin gritos y lo más corto posible. En ocasiones es más económico comprar el equipo y usar vehículos de la

institución o de colaboradores o amigos de la institución; debe cuidarse que el volumen de la grabación no moleste a la comunidad.

b.8).- **IMPRESOS.**- Es muy conveniente que un Centro Cultural cuente con la capacidad para “editar” material generado por el propio desarrollo cultural. Lo deseado sería contar con el dinero suficiente para mandar editar a una excelente imprenta libros, plaquetas, folletos, carteles, programas y hasta volantes. Una parte muy importante de la difusión es dar a conocer los trabajos literarios, poéticos, científicos y de investigación que realiza el propio Centro Cultural, o personas en el seno de la comunidad.

“Editar” en las condiciones reales de la mayoría de los Centros Culturales, resulta un verdadero desafío a la creatividad, la imaginación y la buena voluntad del Promotor Cultural. Editar es caro, engorroso y hay que saberlo hacer. Sin embargo, cada día la tecnología nos permite tener mayor acceso a las reproducciones a costos “relativamente bajos”.

Desgraciadamente casi siempre se piensa en las “grandes y lujosas ediciones” comparadas a las de las grandes casas editoriales, se piensa entonces, en lo “nacional” y hasta lo internacional. Sin embargo, el trabajo del Centro Cultural y del Promotor Cultural, en principio, debe pensarse más, en términos regionales o locales básicamente.

La serigrafía, el estencil electrónico y mimeógrafo; así como las fotocopias, el engargolado y los programas para diseño en computadora, permite ahora, elaborar dignos impresos, que pueden tener una manufactura de excelencia y sus tirajes pueden ser de 50, 100 o 500 ejemplares. Lo importante es dar a conocer -difundir- los trabajos que se generan en el Centro Cultural o en la comunidad; Para auspiciar y dignificar la creación entre la comunidad.

b.9.) **INTERNET.**- Las nuevas tecnologías han revolucionado totalmente, no solo la forma de trabajar sino la vida personal de muchas instituciones, empresas, familias y personas. No solo es la comunicación como tal, sino la producción de materiales y sobre todo, la posibilidad de difundirlos instantáneamente a nivel mundial.

Las computadoras, los múltiples programas, la Internet, el correo electrónico, los portales, las páginas y los blog's o bitácoras han revolucionado totalmente y en muy poco tiempo el concepto de la difusión.

Por esta razón es imperativo que el Promotor Cultural se adentre y conozca este maravilloso mundo de posibilidades y retos, que con imaginación y talento, pueden cambiar favorablemente el destino de una institución cultural. Es conveniente que el centro Cultural cuente con amigos o "cómplices" que dominen el campo de la informática.

Hoy resulta vital que un Centro Cultural cuente con una página web, en la que pueda contener todas las áreas de trabajo: educación artística y sus talleres, investigación sobre la comunidad, tradiciones, fiestas, usos y costumbres, patrimonio cultural, monumental, artístico, histórico y natural. El mundo entero puede saber a través de la página lo que sucede en el Centro Cultural y la comunidad.

Si no se cuenta con el apoyo y los recursos para abrir una página, es posible empezar con un blog, el cual no tiene costo y puede suplir en principio a la página.

Para la difusión es muy efectivo tener un directorio de correos electrónicos de amigos, alumnos, padres de familia y público, para enviarles invitaciones e información de las actividades del Centro Cultural. Un espacio importante lo ocupa el directorio de medios de difusión, sea radio, televisión, prensa, revistas, así como correos electrónicos de periodistas locales y nacionales.

También se recomienda formar un directorio regional de instituciones públicas y privadas para mantenerlas informadas de las actividades del Centro de Cultura. No importa que no asistan a los eventos o talleres, lo importante es que estén enterados de lo que se está desarrollando en el Centro Cultural.

De la misma manera, resulta conveniente empezar a hacer un directorio de instituciones culturales nacionales y extranjeras, para de la misma manera, estar permanentemente enviando nuestra información.

C).- INVESTIGACIÓN y GESTORÍA.

Como dijimos al principio las áreas de trabajo del promotor cultural están íntimamente ligadas unas con otras, es más, se puede decir que son interdependientes. La investigación para el promotor cultural es de suma importancia, la palabra viene del latín “INVESTIGARE” (hacer diligencias para descubrir una cosa).

Como se ha dicho el promotor cultural deberá ir desarrollando diversas actividades en su campo de trabajo; la investigación es una de ellas, si se cuentan con algunos estudios sobre diversas metodologías de investigación es muy bueno, pues es a partir de ella que podemos profundizar en nuestro trabajo, dándoles perspectivas y contenidos de mayor seriedad.

Las formas en que podemos investigar son varias, citaremos las más comunes como son: La entrevista, la lectura de libros, revistas y periódicos que contengan la información requerida, la encuesta, documentos como cartas, oficios, escritos, etc.

El Promotor Cultural deberá mantener una actitud permanente de investigación del grupo social en el que trabaja. Esta información le permitirá conocer con mayor profundidad los mecanismos y elementos socioculturales, para con ellos trabajar con mayor eficacia.

El diagnóstico de los “Elementos Culturales” sean éstos: 1).- Materiales, 2).- De organización, 3).- De conocimientos, 4).- Simbólicos, 5).- Emotivos. La investigación de la historia local y regional; cómo eran los “abuelos”, qué hacían, cómo lo hacían, por qué lo hacían, nos permitirá saber de dónde venimos. La investigación de la comunidad para saber, en qué trabajan, cuáles son las fiestas, tradiciones, usos y costumbres, conocer la población calle por calle; llegar a conocer sus gustos y preferencias; detectar sus aspiraciones y utopías, conocer y contactar a los portadores de la tradición a los animadores culturales, ¡tocar aspectos subjetivos!

Esta investigación es permanente, es más una “actitud” que una tarea de trabajo. Para ello la observación y la comunicación juegan un papel fundamental. La investigación ni tiene como objetivo “levantar actas de defunción en la Cultura”... (Aquí se hacía esto o aquello). La

investigación desde esta perspectiva, nos ayuda a penetrar y conocer más al grupo social, con el que deseamos trabajar y servir. Entre más se conozca, nuestro trabajo tendrá mayores alcances y trascendencia.

Por otra parte siempre existen en la comunidad de manera natural y autónoma, “historiadores” o cronistas a los que el promotor deberá acercarse y conocer, alentar y difundir su trabajo. La tarea de fortalecimiento de “la memoria histórica” de la comunidad, es indispensable para el promotor cultural.

En efecto, como personas, como familia o como comunidad, SOMOS LO QUE RECORDAMOS. De esta manera el Promotor Cultural deberá trabajar permanentemente en la recuperación y fortalecimiento de “la memoria histórica”. Una de las tareas fundamentales de la Promoción Cultural es, como decían los antiguos toltecas del México antiguo, poner un espejo delante del otro, para que reconozca su “rostro propio y su corazón verdadero”. Cada persona, cada familia y cada comunidad tiene su propia historia, que le permite saber: de dónde viene, quién es él y a dónde va en la vida. La memoria histórica fortalecida se traduce en fortaleza interna, en el acrecentamiento de “la auto estima” y el orgullo de ser, así como se estimula la necesidad superior de trascender el mundo material y finito de la existencia.

La creación de un “archivo de la palabra”, a través de grabaciones de conversaciones con aquellas personas de edad, que vivieron hechos importantes, o que se acuerdan de cómo era la comunidad en tal o cual año, de cómo se hacían las fiestas o cierta clase de trabajos, o recuerdan tecnologías olvidadas o tradiciones o costumbres, etc. El archivo fotográfico. El promotor puede convocar a la comunidad a rescatar todas las fotografías que existían, hacerles sus fichas descriptivas y sacarles copias, para tener una fototeca. El propiciar la investigación en la comunidad puede llegar a desembocar en la creación de una sala museográfica o un pequeño museo de sitio, que no necesariamente tiene que contener objetos “históricos” del Anáhuac, del periodo Colonial o del siglo XIX. El Centro Cultural debe ser el lugar en el que se valore y preserve la memoria histórica de la comunidad.

El Promotor Cultural también debe gestionar con instituciones que se aboquen a la investigación, que se realicen proyectos de investigación

en su comunidad; el promotor deberá ser siempre un “enlace” entre la comunidad y los investigadores institucionales, procurando siempre que los resultados de las investigaciones se difundan en la comunidad y en ella se quede copia por escrito de la investigación.

La gestoría no se reduce solo a relacionadas con los objetivos del Centro Cultural. La experiencia nos dice que cuando un Centro Cultural ha logrado convertirse en “el corazón del pueblo”, la gente recurre al Centro Cultural a pedir apoyo para resolver los problemas de la comunidad. Es recomendable realizar labores de gestoría en instancias gubernamentales, cuando se trate de asuntos comunitarios y que directa o indirectamente afecten la vida cultural y la del Centro Cultural. Se recomienda usar mucho criterio y sentido común.

D).-EDUCACIÓN ARTÍSTICA.

Como se ha visto, los campos de trabajo del promotor cultural están intercomunicados y son independientes. Sin embargo, la educación artística ocupa un lugar especial, no porque sea más importante que otros; sino porque es un elemento de apoyo al trabajo del promotor cultural. En efecto; es a través de implantación de talleres artísticos como se empieza a generar un movimiento cultural que se “ramifique” en la comunidad. Sabemos que los niños, llevan a sus hermanos y éstos a sus padres. El tener un grupo de niños y jóvenes trabajando en un lugar determinado, generará una diversidad de acciones que en su conjunto puede alentar un movimiento cultural en la comunidad.

Los talleres de educación artística son generadores de ciudadanos sensibles y críticos, conscientes del patrimonio cultural; un público crítico para los eventos culturales; a mediano plazo; generador de grupos artísticos; penetración en la comunidad a través de los jóvenes y niños y que llevan a un grupos de personas, sean familiares, amigos o vecinos.

La educación artística puede entenderse como aquella educación no formal, que se imparte en los llamados “talleres libres”, que no por ser libres, dejan de tener un sistema y un método de enseñanza. La educación artística es un área “noble” pero no tiene resultados inmediatos (como podría ser un gran espectáculo cultural), en lo que

se llama la “infraestructura” de un trabajo cultural. Los mexicanos y en especial los niños son en esencia “artistas”. En efecto, la demanda por talleres de danza regional, guitarra, flauta y artes plásticas ocupan la mayor preferencia de los jóvenes y de los niños.

El Promotor Cultural debe cuidar de no caer tanto en las manifestaciones de la “alta cultura” (ballet, violín, piano, etc.) como tampoco irse al extremo opuesto (aerobics, karate, cultura de belleza). Lo que debe buscar el promotor cultural con los talleres y la educación artística, es crear espacios para que los niños y los jóvenes “EXPLOREN” las artes y desarrollen su sensibilidad y su creatividad. El arte ante todo es el LENGUAJE DEL ESPÍRITU. Por ello la exploración de las artes a través de la educación artística, no debe pretender “crear artistas”, sino seres humanos sensibles y concientes de su potencial espiritual a través de su creatividad y sensibilidad.

Los talleres en principio no buscan “crear o descubrir artistas”, tratan como dijimos, de crear espacios y alternativas para que los jóvenes y niños, desarrollen todas sus potencialidades, para que enriquezcan su formación.

Se recomienda trabajar las actividades que se hacían o se siguen haciendo en la comunidad, sean éstas colectivas o individuales, tales como: taller de danza de la región; música típica del lugar, talleres en donde se trabaje la creación del arte popular de la región como: textiles, cerámica, tallado, bordado, etc. Se recomienda de preferencia no importar instructores y por el contrario, mantener una permanente capacitación de gente de la comunidad, tanto en su área de especialidad como con técnicas pedagógicas y didácticas, que le permitan aprender a enseñar. Porque una cosa es saber algo y otra enseñar “lo que se sabe”. La herramienta que nos permite aprender a enseñar es la pedagogía, por ello se recomienda al promotor introducirse de manera autodidacta en la pedagogía y la didáctica, y buscar atraer al Centro Cultural a un profesional de la pedagogía para que nos pueda auxiliar y asesorar, con este apoyo los instructores pueden hacer más eficiente su trabajo de manera sorprendente.

Los talleres artísticos de un Centro Cultural son los cimientos de un trabajo cultural, la búsqueda de instructores y su capacitación es una labor permanente y primordial del Promotor Cultural.

Por otra parte, los talleres artísticos no solamente son auto financiables (se determinan por la calidad del instructor) sino que son una pequeña fuente de ingresos para el gasto corriente del centro cultural. Se recomienda contratarlos a porcentaje; un 80% de las cuotas de sus alumnos, en grupos de 20 personas representan para el instructor que tenga 6 grupos, un ingreso decoroso por las tardes. En efecto, si los talleres se proponen de una hora de duración; 3 veces a la semana (lunes, miércoles y viernes; martes, jueves y sábados) el instructor puede trabajar con 6 grupos de 20 personas cada uno en promedio, esto representa 120 personas. Al instructor se le debe pedir que elabore un plan de trabajo por anticipado, donde queden claramente especificados los objetivos y la metodología, así como los temas o actividades que realizará con el grupo día por día. Esto en un principio puede resultar engorroso para el instructor, pero al transcurrir el curso, será un valioso instrumento de trabajo y un buen medio de evaluación.

Se recomienda que la educación artística nunca compita con los estudios de los niños y jóvenes; por el contrario, siempre deben ser una parte complementaria de la educación. Por lo cual recomendamos programar 2 cuatrimestres y un curso de verano al año. El primero, de octubre a enero y el segundo de febrero a mayo, para no interferir en el inicio y cierre del año escolar. El curso de verano puede ser de cuatro semanas, dejando un tiempo de descanso cuando ha terminado el año escolar. Los elementos para lograr un buen trabajo en educación artística son: 1).- Una buena selección y capacitación de instructores eficientes, 2).- Una buena promoción y difusión de los talleres en las escuelas, sociedad de padres de familia, con las autoridades educativas, asociaciones de vecinos y todas aquellas organizaciones emanadas de la sociedad civil, 3).- Una buena asesoría y seguimiento a los instructores, 4).- Un eficiente control administrativo de las cuotas de recuperación y 5).- Una permanente preocupación por los espacios físicos, mobiliarios y equipo de los propios talleres.

Es importante mencionar que los alumnos y los padres de familia requieran de manera psicológica, sentirse dentro de un proceso en la educación artística no formal. Para ello se recomienda promover las “clausuras de cursos”, en donde los alumnos y sus familiares

comprueban el grado de avance del proceso. La clausura sirve a todo mundo; a los alumnos, a los padres de familia y por supuesto al Centro Cultural, pues en cada clausura debe haber una verdadera fiesta en la que involucre a los parientes de los alumnos y esto en sí, representa involucrar a la comunidad. Las clausuras pueden durar días, a través de prestaciones, obras de teatro, danza, música, exposiciones, etc. El objetivo es que todos los grupos y sus maestros presenten su trabajo desarrollando durante el cuatrimestre y el curso de verano. Es imprescindible la presencia del director del Centro Cultural en cada una de las clausuras, así como invitar a líderes de opinión, autoridades, artistas, dándoles un sitio y una presentación que agradezca su apreciable vista.

Es importante subrayar que la vinculación de la promoción cultural con el sector educativo, resulta determinante para el logro de los objetivos. La educación y la cultura son un binomio indisoluble que está plasmado en el artículo tercero constitucional de modo que, el promotor cultural deberá vincularse estrechamente con las instituciones educativas, el magisterio y los estudiantes.

Podríamos decir que la parte esencial de la promoción cultural es lograr vincularse y recibir el apoyo del magisterio y sus autoridades. Cuando se ha logrado estrechar lazos de comunicación con las autoridades educativas a través de darles el lugar que les corresponde y exponiéndoles los proyectos de trabajo, podremos llegar al magisterio y si lo logramos motivar y convencer a los maestros, tendremos acceso al estudiantado, desde nivel de primaria hasta bachillerato. De hecho, cuando un promotor cultural logre hacer en su región, de cada escuela un centro cultural y de cada maestro un promotor cultural, podríamos suponer que ha logrado realizar la parte más difícil y determinante de la Promoción Cultural. Por ello el promotor cultural debe encontrar en el magisterio la mejor alianza para su trabajo cultural y nunca, bajo cualquier circunstancia debe competir con la educación. Cuando un promotor logra vincularse al magisterio tendrá los mejores elementos para incidir culturalmente en su comunidad. En efecto, el trabajo “extramuros” puede organizarse a través de las sociedades de padres de familia. Educación y cultura son bases complementarias que el promotor cultural deberá enlazar, con mucha imaginación y creatividad.

E) SECTOR EDUCATIVO.- La Promoción Cultural en las escuelas es de suma importancia y el medio por el cual “La Educación” cobra su dimensión INTEGRAL y su amplio sentido Constitucional.

El maestro debería ser el Promotor Cultural por excelencia y cada escuela y cada aula, un lugar en dónde se promueva y difunda la cultura.

En efecto, la aspiración más elevada del Artículo Tercero Constitucional en la formación de las nuevas generaciones es que “LA EDUCACIÓN QUE IMPARTA EL ESTADO TENDERÁ A DESARROLLAR ARMÓNICAMENTE TODAS LAS FACULTADES DEL SER HUMANO”, así mismo manifiesta que: “CONTRIBUIRÁ A LA MEJOR CONVIVENCIA HUMANA, TANTO POR LOS ELEMENTOS QUE APORTE A FIN DE ROBUSTECER EN EL EDUCANDO, JUNTO CON EL APRECIO PARA LA DIGNIDAD DE LA PERSONA Y LA INTEGRIDAD DE LA FAMILIA, LA CONVICCIÓN DEL INTERÉS GENERAL DE LA SOCIEDAD, CUANTO POR EL CUIDADO QUE PONGA EN SUSTENTAR LOS IDEALES DE FRATERNIDAD E IGUALDAD DE DERECHOS DE TODOS LOS HOMBRES, EVITANDO LOS PRIVILEGIOS DE RAZAS, DE RELIGIÓN, DE GRUPOS, DE SEXOS O DE INDIVIDUOS”.

La educación más allá de “instruir” al educando en los conocimientos básicos que le permitan insertarse en el mercado de trabajo para poder satisfacer sus necesidades **materiales de subsistencia**, desde la enseñanza media hasta el doctorado, pretende formar en “valores” al educando para que desarrolle sus facultades, aptitudes y sensibilidades para alcanzar la plenitud como ser humano en el aspecto de la **trascendencia espiritual** de la existencia, en el aspecto familiar y en el aspecto social.

Aquí es donde cobra el verdadero significado la armonía y la integralidad de la educación. Encontrar el desarrollo equilibrado y armónico, entre aspecto “concreto-práctico” y el aspecto “abstracto-espiritual” de los conocimientos en la educación. El problema deviene de confundir la Educación con la instrucción. La primera es “el todo” y la segunda, es “una pequeña parte” del todo.

Desde otra perspectiva podríamos suponer que mientras la instrucción se basa en la transmisión de conocimientos, la Educación se fundamenta en la transmisión de VALORES. Por lo que podemos encontrar personas con muchos conocimientos y títulos académicos, pero con una pobre educación. Y viceversa, personas sin mucha instrucción académica pero con mucha educación. De hecho, el problema que se está enfrentando en el mundo moderno, es que cada día egresan universitarios con mejores niveles académicos pero al mismo tiempo, con una gran carencia de valores éticos y morales.

La Promoción Cultural en las escuelas resulta fundamental para que los alumnos obtengan una “educación integral”, que no solo los dote de conocimientos para insertarse con mejores oportunidades en el mercado de trabajo, sino que, por una parte: les permita crecer y desarrollarse interiormente como Ser Humano pleno, y con ello, ofrecer a su familia una mejor “calidad de vida”. Y por la otra, integrarse armónicamente y contribuir al desarrollo de su comunidad.

Las actividades culturales en el proceso de enseñanza-aprendizaje le permiten a la educación encontrar su dimensión humana. En efecto, la dimensión cultural de la educación tiene que ver con el aspecto “intangibles-abstracto-espiritual” que se lleva a cabo en la práctica cotidiana entre maestros y alumnos, entre institución y comunidad, entre Estado y sociedad.

Cuando cada maestro sea –concientemente- al mismo tiempo un educador y un promotor cultural, las escuelas en nuestro país serán los verdaderos crisoles en la formación integral de las nuevas generaciones.

El maestro y la maestra en el aula, especialmente desde pre-escolar hasta secundaria, son transmisores de Valores, que quedarán para siempre en el subconsciente del educando y determinarán en gran medida su vida futura. El fenómeno de “impronta” en la formación de Valores es una realidad innegable que el docente debe de aceptar como una responsabilidad y un desafío.

Con el paso de los años, los múltiples “conocimientos enciclopédicos” que un alumno recibe en las escuelas se van olvidando. Aún más, existen estudios estadísticos serios sobre el alto porcentaje de

egresados universitarios que laboran en campos de trabajo que nada tienen que ver con la carrera que estudiaron. La pregunta forzosa es, entonces, ¿para qué sirve la escuela?, sí “lo que se enseña en la instrucción en gran parte se olvida” y “la carrera” que se estudia muchas veces no se ejerce.

La respuesta tiene que ver con LOS VALORES. En efecto, la escuela y los maestros son antes que nada transmisores y posibilitadores del desarrollo de VALORES y HABILIDADES, tales como: La disciplina, la responsabilidad, el auto control y refrenamiento, la capacidad de desarrollar la atención y la concentración, el respeto a sus maestros y compañeros, la capacidad de trabajar en equipo, la capacidad de comunicación oral y escrita, y el desarrollo de la sensibilidad y creatividad. Con el desarrollo de estos Valores y Habilidades, el alumno aumenta y fortalece la confianza en sí mismo, dotándolo de lo que los antiguos toltecas del México antiguo decían con una metáfora del fin de la educación: “formar rostros propios y corazones verdaderos” en los estudiantes.

Como no existe en la currícula las materias de “valores y habilidades”, éstas se desarrollan a través de la academia y las actividades culturales. Un alumno que se aplique con entusiasmo en la formación de Valores y desarrollo de Habilidades, necesariamente obtendrá excelentes resultados académicos. Los objetivos entonces de la academia y las actividades culturales no son, “aprender conocimientos y convertirse en artista”, sino de desarrollar Valores y Habilidades, que más tarde serán necesarios poner en práctica para tener mayores posibilidades en su vida personal, profesional, familiar y social.

Justamente es aquí donde las actividades culturales en la educación ocupan un lugar fundamental y preponderante. “La dimensión cultural de la educación” permite ofrecer a los estudiantes un concepto integral para su formación en Valores y Habilidades. Las actividades artísticas apoyan de manera contundente la formación y desarrollo de los Valores y las Habilidades. No se pretende “crear artistas”, por el contrario. Se pretende “usar” el arte y la Cultura con un elemento de humanización en la formación.

Por una parte, la danza, la música, el teatro, las artes plásticas y la literatura, resultan nobles herramientas que permiten que en el alumno

se florezca la confianza en sí mismos al desarrollar sus habilidades, actitudes, creatividad y sensibilidad. El alumno al explorar las artes se permite explorarse a sí mismo, se “descubre a sí mismo”. Este conocimiento de sus posibilidades y potencialidades “abstractas, intangibles y espirituales”, lo hace ser más humano, más conciente de sí mismo y del mundo que lo rodea.

Por otra parte, el conocimiento y revaloración de su patrimonio artístico, histórico y cultural lo hace más fuerte y sólido. Desmantela la colonización mental y cultural. Le permite revalorar y recuperar su memoria histórica y con ella su identidad. El trabajo cultural en la educación tiene estos dos grandes ejes: el desarrollo de la creatividad y sensibilidad a través de la educación artística. Y el desarrollo de la memoria histórica y la identidad.

De esta manera, independientemente de que el maestro en la escuela tenga “la comisión” de las actividades artístico-culturales o simplemente esté frente a grupo, el docente necesita dimensionar las posibilidades que tiene las actividades artístico-culturales en la formación de sus alumnos y en la calidad de su desempeño profesional.

El docente en el salón de clases debe ser un promotor cultural para lograr hacer realidad el objetivo más elevado del Artículo Tercero Constitucional. Las escuelas deberían convertirse en “centros culturales” para sensibilizar a los alumnos y apoyarlos en su crecimiento como Seres Humanos. Así como en instituciones en las que se fortalezca la memoria histórica y la identidad cultural, para formar ciudadanos descolonizados responsables del desarrollo de la justicia y la igualdad de oportunidades para toda la sociedad.

La creación de talleres o clubes de danza, teatro, artes plásticas y literatura, así como el apoyo para la creación de grupos de música, danza y teatro, ayudarán mucho en la formación integral de los estudiantes. Pero de igual manera, al interior del salón de clases se puede alentar estas actividades apoyando los objetivos programáticos de la educación.

“En los juegos infantiles están presentes actividades que tienen relación con las manifestaciones artísticas. Al dibujar, pintar, cantar, hacer música, moverse, bailar, actuar y representar situaciones, los

niños disfrutan y expresan sentimientos, emociones y percepciones que surgen de la relación con lo que les rodea y de las ideas que se han creado y de las cosas, los seres y los fenómenos de su entorno natural y cultural.

Mantener el interés y el gusto por realizar este tipo de actividades es uno de los propósitos de la educación artística en la escuela primaria contribuyendo así al desarrollo de la personalidad infantil. Al promover conocimientos, actitudes y valores los niños participan y se relacionan de mejor manera con el mundo social del que forman parte. Además esta asignatura busca estimular la afición y la capacidad de apreciación de las diferentes manifestaciones del arte brindando oportunidades a los niños para ampliar su horizonte de experiencia a través del acercamiento a distintos tipos de música, pintura, escultura, danza y obras de teatro.

Poco se ha valorado el efecto que produce el quehacer artístico en la formación de los alumnos y las maneras en las que el maestro influye o puede influir en el proceso de aprendizaje para la expresión y la apreciación artísticas. Las actividades artísticas, al igual que otras asignaturas, desarrollan en los alumnos habilidades cognitivas como la atención, la concentración, el análisis y la interpretación; les dan la posibilidad de conocer y manejar su cuerpo; permiten la auto realización y la confianza en sí mismos, así como la disciplina y cooperación dentro del grupo.” (El Libro para el Maestro. Educación Artística Primaria. Libro de Texto. SEP. México. 2000.)

Por desgracia algunos maestros y directivos, piensan equivocadamente, que la educación artística en las escuelas sirve únicamente para “preparar y realizar eventos artístico-sociales”. En efecto, el programa social de los homenajes, el día de la madre, el día del padre y la famosa clausura, entre otros, son para éstos maestros “principio y fin de la educación artística” en la escuela.

Por el contrario, la educación artística en las aulas humaniza a la educación y forma ciudadanos sensibles, concientes y con una alta autoestima.

Biografía recomendada:

- . Besnard, Pierre. La animación socio- cultural, tratado de ciencias pedagógicas. Barcelona, España. Oikos-tau 1988.
- . Chavés, Carlos. El pensamiento musical. F.C.E. México 1964.
- . Broccoli, Angelo. Ideología y educación. Ed. nueva imagen. México 1980.
- . Zea, Leopoldo. Sentido de la difusión cultural latinoamericana. U.N.A.M. México 1981.
- . Mayer, Mónica. Recetas mágicas para generar, utilizar y promover la creatividad. ISSSTE. México. 1989.
- . Varios autores. Plan de actividades culturales de apoyo a la educación primaria, 9 módulos diferentes. SEP/CNCA. México 1991.
- . El Libro para el Maestro. Educación Artística Primaria. Libro de Texto. SEP. México. 2000.

F) SOCIEDAD CIVIL.-

La sociedad civil en la Promoción Cultural ocupa un lugar muy relevante. Tenemos la llamada “sociedad civil organizada” y la sociedad civil. La primera se refiere a un grupo de personas que se organizan y pueden o no, constituirse legalmente. Por ejemplo: las organizaciones no gubernamentales, las asociaciones civiles, los patronatos, las fundaciones, los comités de templos y fiestas, los clubes de danzas tradicionales o actividades representativas.

La segunda en general se refiere a personas que individualmente realizan tareas en la comunidad y que se apoyan temporalmente en un grupo de personas. Generalmente son líderes comunitarios o poseedores de la tradición. Especialistas en un saber ancestral que puede estar en el campo de la medicina, el arte popular, técnicas tradicionales de producción o poseedores de la memoria colectiva. Gente caracterizada y muy bien reconocida.

En primer lugar se tiene que apuntar que el “ANIMADOR CULTURAL”, como ya hemos mencionado es una persona de la comunidad que durante mucho tiempo ha venido manteniendo, animando y promoviendo las actividades propias de la Cultura comunitaria o tradicional. El Animador Cultural nace en la sociedad civil y realiza su importante labor a favor de la comunidad, sin que ninguna institución le pague, lo apoye o le reconozca. Por lo cual, el Promotor Cultural

deberá entablar una relación de respeto y apoyo, con un irrestricto respeto a sus usos y costumbres. El Promotor Cultural puede ser coyuntural y temporal, en cambio el Animador Cultural es permanente.

La actitud del Promotor Cultural hacia el Animador Cultural y hacia la sociedad civil organizada debe ser de humildad y cooperación. Competir y confrontarse es un camino suicida y estéril. Por más recursos materiales y económicos que pudiera tener el Promotor Cultural o apoyo político, el Animado Cultural y la sociedad civil organizada tienen un espacio ganado en la comunidad por el trabajo que han venido desempeñando, en especial el Animador Cultural. El Promotor Cultural deberá siempre “sumar” y no restar o excluir. No necesariamente todo lo que hace unos y otros “es lo mejor”, pero se debe respetar las formas, usos y costumbres. El Promotor Cultural evita al máximo los conflictos, porque sabe que, independientemente del resultado, siempre pierde la Promoción Cultural.

Por el contrario, el Promotor Cultural debe auspiciar el nacimiento y fortalecimiento de la sociedad civil organizada. Aún desde el seno de su propia institución, por ejemplo: alentar la independencia de grupos artísticos que surjan de los talleres artísticos, como grupos de danza, teatro, talleres literarios, talleres de artes plásticas. Por llamarlo de alguna manera, el Centro Cultural puede convertirse en una “incubadora” de grupos independientes y asociaciones civiles. Sí lo logra, será un verdadero éxito, pues se estará fortaleciendo a la sociedad.

En el terreno de las ONG´s, es muy saludable compartir esfuerzos de trabajo, especialmente con aquellas que tienen un campo de trabajo o investigación muy especializado. Es el caso de las tareas del medio ambiente, la contaminación, las personas con capacidades diferentes, salud, cooperativas, etc.

La vinculación y cooperación con los Animadores Culturales y la sociedad civil organizada en las tareas de promoción, investigación y difusión del Desarrollo Cultural, la identidad Cultural y la memoria histórica, representan un paso importante en la consolidación del Centro Cultural.

G).- LA ADMINISTRACIÓN.

La administración ha estado presente desde los primeros intentos de organización de los grupos humanos, pasando por el esplendor de las grandes culturas de la antigüedad, hasta los proyectos más sofisticados como los programas especiales. Podríamos decir que la administración ha jugado un papel fundamental en el mejor cumplimiento de los objetivos que cada sociedad se ha planteado en lo individual y en lo colectivo.

La administración ha sido esencial para asegurar la coordinación de esfuerzos individuales. Desde que las personas comenzaron a formar grupos para lograr metas que no podrían lograr como individuos, la tarea de la administración ha crecido en importancia a medida que se confía cada vez más el esfuerzo grupal y que muchos grupos organizados han aumentado de tamaño.

Generalmente pensamos que la administración y la cultura son campos diferentes y en algunos casos opuestos, sin embargo, este equivocado concepto día a día pierde vigencia en las organizaciones que se abocan a promover y difundir la cultura.

Cuando nos referimos a las grandes obras de arte de la cultura universal no podemos dejar de pensar en el inmenso esfuerzo de recursos humanos, materiales y económicos que requieren de una organización adecuada para producirlos.

Los grandes Centros Culturales del Anáhuac en nuestro país, Teotihuacan, Monte Albán, Chichen-Itza, entre otros, requirieron de un esfuerzo impresionante de organización. Las catedrales y palacios de occidente, las pirámides egipcias, la muralla china, etc.; pero no sólo en los grandes esfuerzos colectivos, sino también en lo que aparece como obra individual, en las obras de los grandes maestros; pensar en un Diego Rivera pintando los murales de Palacio Nacional, necesitó un grupo reducido, pero eficiente de personas que prepararon todo lo necesario, desde andamios hasta muros. Miguel Ángel en la Capilla Sixtina, también necesitó desde quién preparara las pinturas hasta quién administrara los recursos. Finalmente diremos que cualquier artista no solamente requiere del talento, de la sensibilidad y creatividad; el artista necesita la técnica que le permita hacer posible sus proyectos.

La promoción y difusión de la cultura no solamente requiere para ser eficiente y eficaz; de creatividad, sensibilidad, recursos humanos, materiales y económicos. La promoción cultural necesita de las técnicas administrativas para obtener de manera eficaz nuestros objetivos.

Peterson and Prowman nos dice “la administración es una técnica por medio de la cual se determina, clasifica y realizan los propósitos y objetivos de un grupo humano”.

Henry Fayol nos dice: “administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar”.

G.P. Terry nos dice: “administrar consiste en lograr un objetivo de predeterminado mediante el esfuerzo ajeno”.

A. Reyes Ponce nos dice: “la administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructuras y manejar un organismo social”.

En el medio cultural es frecuente confundir la contabilidad con la administración. La administración es una actividad global esencial, asegura la coordinación de esfuerzos individuales para el logro de metas grupales. La administración es un sistema abierto que opera dentro del medio ambiente e interactúa con él. La contabilidad es una pequeña parte de la administración.

La administración es el conjunto de técnicas, que nos sirven como una herramienta, para obtener de manera eficiente y eficaz, los objetivos que nos hemos trazado. Es una herramienta del trabajo cultural que contempla de manera global, los objetivos, la organización, los recursos humanos, materiales y económicos, su integración, su implementación y su evolución a través de técnicas, sistemas, métodos y procedimientos.

El Promotor Cultural requiere ser antes que nada, un excelente administrador de los valiosos recursos humanos, de los limitados recursos materiales y de los mínimos recursos económicos, que tiene en su Centro Cultural para realizar una noble tarea de nivel

comunitario y de profundos alcances espirituales. El mal trato del personal, el descuido de las instalaciones, mobiliario y equipo, así como el despilfarro de los recursos económicos conduce irremediabilmente al fracaso personal y al desaliento comunitario.

EL PROCESO ADMINISTRATIVO.

FASE MECÁNICA

PLANEACIÓN

Objetivos, investigación, toma de decisiones, políticas, presupuesto.

ORGANIZACIÓN

Funciones, jerarquías, obligaciones, organigramas.

FASE DINÁMICA

INTEGRACIÓN

Recursos humanos, materiales, financieros. Liderazgo, comunicación, motivación.

DIRECCIÓN

EVALUACIÓN Y CONTROL

Su establecimiento, su operación, su interpretación.

g.1.- La administración como una herramienta

Los Promotores Culturales debemos “apropiarnos” de las ciencias y técnicas más avanzadas de nuestro entorno, para lograr un cambio y llegar a la mejora continua. Administrar no es más que hacer que los objetivos de un grupo humano, se haga de la manera más rápida, sencilla y económica.

Lo primero que nos debemos plantear es la necesidad del cambio. Existe mucha resistencia al cambio. Por lo general, no existe autocrítica a nuestro desempeño. Máxime si en cultura, “extrañamente” no existen parámetros cuantitativos para la evaluación.

Estamos en tiempos de crisis y por lo mismo, es tiempo de oportunidades. Las oportunidades son para los que están dispuestos a cambiar. Cambiar o morir, ese es el desafío.

El Promotor Cultural, debe conocer “el objetivo de su empresa”, un sólido marco teórico la puede ayudar. Debemos saber con profundidad y claridad; qué es la cultura y cuál es su función en la sociedad, y conocer los procesos de COLONIZACIÓN CULTURAL en que ha sido sometido nuestro país.Cuál es la Misión, Visión y Valores de su institución, porque sólo de ésta manera, el Promotor Cultural puede proyectar la “imagen” de su institución. En el terreno cultural “vender una imagen” no es algo imposible, por el contrario, es lo más usual, pero a lo que en general no se le pone atención requerida.

¿Cuál es la imagen de mi institución en la comunidad?; a lo largo del tiempo, a través de diferentes administraciones, nuestra institución tiene una imagen en la comunidad. Lo cierto es casi nunca nos ha interesado saber que imagen tienen de nosotros nuestra comunidad. ¿Tenemos una imagen de excelencia? o somos unos burócratas que trabajan ineficientemente para unas cuantas elites de artistas y políticos o estamos palpitando en el centro de nuestra comunidad.Cuál es nuestro público y cuál debería ser. ¿Qué le gusta y qué no le gusta a nuestros “clientes”? ¿Les satisfacen nuestros “productos y servicios”? ¿Realmente tienen calidad nuestros “productos y servicios”? ¿Están satisfaciendo una verdadera necesidad?

Son preguntas que nos deberíamos hacer, de la manera más autocrítica y analíticamente posible. Las respuestas de éstas preguntas nos llevarían a una “cultura del cambio”.

La base de operación de la “empresa”, debe ser, “el servicio al cliente”. Pero para servir al cliente se necesita “SER EFICIENTE”. Ser eficiente es un desafío, y los desafíos no son ni buenos ni malos, los desafíos son simplemente... ¡desafíos! La pregunta obligada es; “cubrimos las expectativas del cliente” en los terrenos, por ejemplo de: educación

artística o en difusión y promoción cultural. Muchas organizaciones hablan del concepto de satisfacer a los clientes, pero carecen de un sistema para lograrlo. Definir al “cliente” es de máxima prioridad para el promotor cultural, ya que la definición determinará las características de la calidad de que necesita el “producto” para satisfacer al “cliente”.

Esto nos lleva a realizar una analítica revisión de “La operación de nuestra institución”, a través de la definición de sus FORTALEZAS y sus DEBILIDADES; en base a la “MISIÓN, VISIÓN Y VALORES” (el objetivo más claro y exacto, el lugar que queremos ocupar en un determinado tiempo y los recursos que necesita la organización, para lograr estos cambios). Se debe redimensionar permanentemente la situación de la operación de la institución. A fin de cuentas, todas las organizaciones luchan diariamente; la diferencia es que unas luchan para sobrevivir y otras luchan para lograr la EXCELENCIA; eso es todo; unas se entregan a la rutina y otras se entregan a la lucha diaria de ser mejor cada día a partir de “la auto crítica” y el deseo de mejorar.

Por lo general en el campo de la Promoción Cultural, los directores de las organizaciones cuestionan el trabajo de sus antecesores o de otras instituciones culturales, pero muy pocas veces existe una actitud autocrítica a su propio trabajo. En muy pocas instituciones se encuentran un Plan Estratégico, en el que las acciones, sistemas y procedimientos, estén vinculados al Plan Estatal de Desarrollo y al Sistema Educativo. El punto de partida para el mejoramiento es reconocer la necesidad. Esto es producto del reconocimiento de un problema. Si no se reconoce la necesidad del cambio y el mejoramiento, no existe motivo para intentar el esfuerzo.

Para ello nos puede servir, lo que se conoce como, “La Reingeniería Administrativa”, que consiste en revisar todos los procesos de trabajo, replantear los objetivos, justificar plenamente el por qué se hacen las cosas, tratar de reducir los trámites y mejorar los procedimientos, “CAPACITAR AL PERSONAL”, y lograr tener un EQUIPO EFECTIVO DE TRABAJO MULTIHABILIDADES”.

EL DESARROLLO HUMANO DE LAS ORGANIZACIONES está marcando la diferencia en el mundo comercial e industrial del mundo. El Desarrollo Humano en una Organización implica el diseñar estrategias encaminadas a mejorar continuamente el liderazgo, la

comunicación, el servicio, motivación, trabajo en equipos y en general todas las interacciones humanas que se dan en ese escenario, con la misma intensidad, formalidad y dedicación de recursos que se destinan a los aspectos de índole técnica de la operación.

La iniciativa privada se ha dado cuenta, en su búsqueda permanente de mejorar ante la competencia, que el atender sólo las estrategias técnicas-materiales de la operación, tal como: tecnología del producto o el servicio, finanzas, mercadotecnia, sistemas de información, logística, o atenderlas con un énfasis favorecidamente más marcado, que a las ESTRATEGIAS HUMANAS, impedirá que se logre la misión final de cualquier empresa, que es la calidad en el producto y por ende LA SATISFACCIÓN TOTAL DEL CLIENTE.

Si esto está pasando en el mundo comercial e industrial, en el Sector Cultural, debe tener mucha mayor importancia los aspectos humanos de la organización; toda vez que tratamos con los valores más elevados del Espíritu Humano y la función de las instituciones culturales es precisamente lograr impulsar los mecanismos socioculturales de una comunidad, para elevar su calidad de vida, humanizar el desarrollo material y mantener los lazos de solidaridad, fraternidad e identidad, que permiten avanzar a la sociedad, en la búsqueda de mejores estadios de vida.

Para llegar a “LA SATISFACCIÓN TOTAL DEL CLIENTE”, requerimos entre otras cosas, que en nuestra organización exista no sólo una buena relación humana entre el personal, sino lo que la propicia: que cada uno de los miembros de la organización, entienda profundamente la “dimensión cultural de la vida”, que asimilen en su vida personal, familiar y comunitaria, la importancia del Desarrollo Cultural. Al lograr esto, la calidad de los productos y servicios (culturales) que oferta nuestra organización, por fuerza tendrán LA CALIDAD TOTAL, de la que tanto se habla hoy en día. En efecto, La Calidad Total empieza desde la vida personal y familiar de los compañeros de trabajo, pasando por la del equipo de trabajo y termina en la “satisfacción total del “cliente”.

Es muy común, que los trabajadores del sector cultura se sienten como “una chamba” aburrida, las actividades que realizan, para supuestamente, “educar y cultivar al público”. En ocasiones uno puede

observar que los trabajadores de la cultura, en los eventos que ellos están apoyando, no están como espectadores atentos y concientes del valor de la actividad que están ofreciendo al público.

Cuando los miembros de una institución cultural entienden en su vida cotidiana lo que entraña “LA DIMENSIÓN CULTURAL DE LA VIDA”. Cuando interiorizan los valores espirituales que emanan de las actividades culturales y artísticas, pueden trabajar con mayor grado de eficacia por el DESARROLLO CULTURAL DE SU COMUNIDAD y beneficiarse ellos mismos. Es una tarea permanente la responsabilidad y desafío del Promotor Cultural, porque debe involucrar a los trabajadores del Centro Cultural en los “meta objetivos” que se pretenden alcanzar con la coordinación y desempeño del equipo. Se requiere periódicamente des-burocratizar a los trabajadores del Centro Cultural a partir de la sensibilización y capacitación permanente.

Uno de los pasos necesarios para lograr los niveles de “Calidad Total y La Satisfacción del Cliente”, dentro de las instituciones culturales, es que todo su personal entienda y conozca los procesos culturales y valoren a la cultura en su justa dimensión.

Esto los puede motivar a salir del círculo vicioso de la incapacidad y la frustración por realizar trabajos burocráticos que no entienden, que no les gusta y que finalmente no son valorados por la comunidad, pues los resultados que ofrecen las instituciones culturales, casi siempre resultan intrascendentes o de muy poco valor social.

Por lo general las instituciones culturales no poseen de manera explícita, una Política Cultural, un Plan Estratégico para el Desarrollo Cultural y mucho menos han definido, La Visión, Misión y Valores, elementos que conforman lo que en la iniciativa privada se conozca como: “CULTURA ORGANIZACIONAL”. Sin embargo es necesario que en las instituciones culturales se empiece a hablar de PRODUCTIVIDAD, LIDERAZGO ORIENTADOR, PLACER DE SERVIR, EQUIPOS DE TRABAJO, es decir que se logre” FACULTAR A LAS PERSONAS”. Buscar la excelencia en el trabajo cultural a través de técnicas diseñadas como: diagnóstico profundo, elaboración de propuestas de intervención y evaluaciones de seguimiento; que ofrezcan a la organización; mayor efectividad en la operación,

satisfacción total del cliente, proveedores, consejo de administración, (autoridades gubernamentales) y desde luego del personal de la organización, a través de un mayor compromiso y “estar-mantenerse” abiertos al cambio.

Finalmente debemos llegar a LA APLICACIÓN DE ACCIONES. Esto comienza “vendiéndole al personal la necesidad del cambio”. El 50% de la eficacia de la redimensión de la operación reside en el aspecto humano de la propia organización. En efecto, las relaciones personales, de carácter horizontal y vertical, determinaran en gran medida la profundidad del cambio. El Promotor Cultural requiere ser un LÍDER, que no sólo convoque, sino que convenza. El líder necesita “CREAR CON SU EJEMPLO”, una cultura en la organización de cambio, de compromiso y de excelencia. De esta manera el personal se adaptará positivamente a los cambios, en donde deberán implementarse seguimientos y controles. El Promotor Cultural debe ser un LÍDER y sus compañeros de trabajo los convierte en “cómplices”.

Desde que se implantó el neoliberalismo en México estamos en tiempos difíciles. No existen suficientes recursos para que el Estado incida sensible y eficientemente en el DESARROLLO CULTURAL. Por otra parte, los medios masivos de comunicación y las estrategias de penetración cultural, especialmente en manos de las empresas transnacionales, cada día parecen ser más poderosas y perniciosas. Pero fundamentalmente, se cierne sobre la especie humana, una omnipotente fuerza que alienta la deshumanización, en favor de una visión “economicista” de la vida y el mundo, en casi todo el planeta.

Es la Cultura, y no la economía o la tecnología, la que marcará el verdadero DESARROLLO DE LOS PUEBLOS. En el tiempo histórico del ser humano, los menos de trescientos años que lleva la revolución industrial-tecnológica; o los quinientos años de colonialismo y negación, resulta una breve pausa, en la verdadera historia del ser humano.

Los pueblos de México, poseen una matriz filosófica-cultural de más de ocho mil años de antigüedad. El hilo conductor de esta milenaria civilización, es y ha sido el DESARROLLO DE SU FUERZA ESPIRITUAL. Cada mexicano, no sólo es un portador de este patrimonio de la humanidad, sino lo que es tal vez más importante, es

un recreador incansable del patrimonio cultural que nos heredaron los Viejos Abuelos toltecas.

Los pueblos de México, de una manera mágica y misteriosa, han logrado “encubrirse” y a pesar del colonialismo y la negación, han logrado mantener “UN ROSTRO PROPIO Y UN CORAZÓN VERDADERO” y han sabido guardar en “los recónditos espacios de lo propio”; los elementos más trascendentes de su legado cultural, que no es más que los valores humanos en la dimensión espiritual de la vida. Por todo esto, el trabajo cultural requiere de mayores niveles de eficiencia. El Estado debe coadyuvar con la sociedad civil, para que se avance en EL DESARROLLO CULTURAL. La labor del Promotor Cultural cobra su verdadera importancia. Si bien, se requiere del conocimiento y valoración de los políticos, planificadores y tomadores de decisiones, para que entiendan y se comprometan con LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO en la vida del país; pero al mismo tiempo, se requiere que los Promotores Culturales se profesionalicen y reorienten “la operación de sus instituciones”, para que puedan compartir con los pueblos de México, sus verdaderos proyectos culturales.

Los pueblos de México sabiamente se han mantenido alejados de las instituciones culturales y de sus proyectos culturales foráneos colonizadores. El pueblo ha mantenido las acciones culturales que realiza el Estado, en el campo de lo ajeno, y sólo circunstancialmente toman contacto con ellas. Este es el momento en el que el Promotor Cultural, modifique el proyecto de colonizador que desde hace quinientos años se ha impuesto, sobre las expresiones de la cultura propia; y logre implementar una estrategia descolonizadora, acercando los objetivos y los procedimientos institucionales, a las aspiraciones y valores de los pueblos de México. Es el momento, en que debe apropiarse de las técnicas de la Administración y la Comunicación, para lograr la eficiencia en sus objetivos y la excelencia en su desempeño.

La Promoción Cultural, dentro de las estrategias del DESARROLLO CULTURAL, requiere de un cambio y un replanteamiento de; “QUÉ SE ENTIENDE POR CULTURA”, “QUÉ TIPO DE CULTURA DEBEMOS APOYAR” y “CÓMO DEBEMOS EFICIENTAR, LOS MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO”.

Para ello, la ADMINISTRACIÓN, puede jugar un papel de suma importancia. Finalmente diremos que el Promotor Cultural, es un administrador, que trabaja en la administración pública. Que tiene una altísima responsabilidad y que para ello, debe capacitarse de manera permanente.

g.2.- Calidad Total en la Cultura

Al finalizar la segunda guerra mundial, surgieron algunas corrientes en la administración sobre el concepto de “calidad total”. Propuesta que busca algo más eficiente, que un sencillo “control de calidad”. W.E.Deming, J.M.Juran y Masaaki Imai entre otros, fueron los iniciadores de esta “moda”, porque hay quien afirma que la calidad es una sola y es total y es de todos los tiempos.

Esta moda, que nació en Estados Unidos, se desarrolló en Japón y ahora prolifera en todos los países. Pondera el factor humano en las organizaciones comerciales e industriales.

En México, como casi todo desde 1521, siempre nos llega de fuera, tarde y de manera impuesta. Sin embargo a los mexicanos se nos olvida que somos los hijos de una de las Civilizaciones más antiguas del planeta. En efecto, nuestros viejos abuelos incursionaron en el campo de la ciencia, técnicas, filosofía y arte, hace miles de años, como pocos pueblos en el mundo lo han hecho.

En la ciencia podríamos mencionar que inventaron a partir de cientos de años y de un avanzado conocimiento que hoy conocemos como ingeniería biogenética, “inventaron” el Maíz; el cero fue otro de sus inventos; tenían un avanzado y asombroso conocimiento de la mecánica celeste; conocían profunda y detalladamente la biodiversidad, lo que los llevó a poseer una de las medicinas naturales más adelantadas de sus tiempos y que a pesar del feroz intento de destrucción cultural, hoy en día contamos con un conocimiento sobre la herbolaria de los más importantes del planeta.

En cuanto a la técnica; podemos afirmar, que sus conocimientos de ingeniería y la arquitectura, en el presente, no se pueden explicar cabalmente, pues los testimonios de su grandeza espiritual y su

sabiduría, están manifiestos en los espléndidos e imponentes conjuntos arquitectónicos como Teotihuacan, Mote Albán y Chichen Itza, por mencionar sólo tres de muchos lugares en donde los viejos abuelos, nos han dejado un mensaje de sabiduría espiritual, depositado en la materia y que espera paciente el momento de su revelación exaltante.

El campo de la filosofía, es tal vez, uno de los más importantes y sólidos. Nuestro problema, es que no lo podemos apreciar a simple vista, pues opera como un inmenso iceberg que nos mantiene en flotación y lo único que vemos, es el sincretismo cultural que conforman los pueblos de México. La religión, la familia, la solidaridad, la muerte, la comida, son algunas de las muchas expresiones de esta filosofía de la vida, que se elaboró a lo largo de milenios y que representa la potencialidad más elevada hacia el futuro.

Finalmente, en el centro del arte, los mexicanos tenemos expresiones de la filosofía, la ciencia y la técnica, en objetos de un altísimo valor estético y que por ello, pueblan los museos de los cinco continentes. El arte de nuestros viejos abuelos es considerado Patrimonio de la Humanidad.

Pues bien, todo el Patrimonio Cultural del pueblo de México, tanto el “tangible”, como el “intangible”, no habría llegado hasta nuestros días, si no hubiera sido hecho con “Calidad Total”.

En efecto, tanto la fuerza de la expresión espiritual, de la voluntad y conciencia de ser a través de sus valores estéticos, por una parte, como la perfecta elaboración; ya sea ésta, una vasija de barro, una escultura monumental en piedra o una imponente obra arquitectónica, como la Pirámide de Sol o la de Tajín, tienen en común que fueron hechas con CALIDAD TOTAL, por eso ha logrado trascender el tiempo y el espacio.

Los mexicanos tenemos más de 7500 años de desarrollar la calidad total, desde que se inventó la agricultura, hasta la invasión española. Los viejos abuelos hace muchos siglos atrás, necesariamente trabajaron con DISCIPLINA, ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO, DESARROLLO DE HABILIDADES, PARTICIPACIÓN Y COMPROMISO MORAL Y COMUNICACIÓN, para lograr todas las

obras físicas, espirituales y morales, que hoy conforman el Patrimonio Cultural de nuestro país.

La vigencia y el testimonio de nuestra civilización a lo largo de miles de años, necesariamente desarrolló todos estos conceptos que son universales y tan antiguos como el mismo ser humano. Quinientos años después de la permanente negación, desvalorización y menosprecio, los hijos de los hijos de los Viejos Abuelos toltecas hemos podido sobrevivir como pueblo, gracias a la Calidad Total de nuestra Cultura.

A los mexicanos nos bastaría, para entender el concepto de calidad total, volver los ojos a nuestro pasado, pero sin la visión colonizadora, y observar detenidamente nuestro presente, para encontrar la CALIDAD TOTAL en nuestra forma de ser y sentir, en “ los espacios propios” del mundo y la vida.

Nuestra cultura está hecha a base de Calidad Total. Pocos pueblos en el mundo, han sufrido un genocidio y una negación absoluta, no sólo de su Cultura sino de su ¡calidad de seres humanos! (durante el siglo XVI, creían los invasores, que los pueblos originarios NO tenían alma, que eran animales). Pues bien, ha sido gracias a las bases tan sólidas, a la Calidad Total con la que se creó y desarrolló esta Cultura, que ha podido cruzar venturosa estos cinco siglos de injusticia, negación y destrucción. La Calidad Total llena los espacios propios de la cultura de los mexicanos. Lo que ahora requerimos es DESCOLONIZAR nuestro pasado y re-estructurar nuestro pensamiento. Descolonizar la imagen que tenemos de nosotros mismos y recuperar nuestro pasado en su justa dimensión.

LA CALIDAD TOTAL es un requerimiento de todos los tiempos y de todos los pueblos en sus proyectos sociales. La Calidad Total lleva miles de años en nosotros, la tarea de los mexicanos es recuperarla para aplicarla en nuestro presente y proyectarla al futuro.

g.3.- El arte de la negociación

Como hemos dicho antes, es muy común en el campo de la Promoción Cultural, encontrarnos con personas que se creen fuera de la Administración Pública. Estas personas no se hacen responsables

de la posición y responsabilidad que contrajeron al aceptar el cargo público.

Lo adecuado es respetar las formas y las normas no escritas de la Administración Pública, para lograr un excelente desempeño. Las personas que toman decisiones en las Instituciones culturales, por lo común, son catalogadas como “conflictivas”, ellos dicen -que no son burócratas- y generalmente chocan con las personas que no se ajustan a su percepción de la realidad.

Desde tiempos inmemorables la diplomacia hacia uso de la NEGOCIACIÓN, a partir de la llamada “guerra fría”, se creó lo que hoy se conoce como “El arte de la negociación”. Los gobiernos de las potencias mundiales, han desarrollado verdaderas “escuelas de negociación” y se maneja que cada cultura tiene su estilo propio de negociación.

En el mundo comercial e industrial de tiempos atrás viene pasando lo mismo. Las grandes “batallas” ahora se dan en el campo de los negocios y las negociaciones son el elemento que inclina la balanza. El caso de la tan esperada y temida “guerra comercial” entre Estados Unidos y Japón, es un claro ejemplo de la importancia de las negociaciones, pues como se sabe, en una guerra comercial, los dos contrincantes pierden. Aquí se aplica el dicho popular de que... “mas vale una mala negociación, que una nueva guerra”.

En el campo de la cultura, existen muy pocas personas que asumen su actividad dentro del marco de la Administración Pública y de estas pocas, muchas menos, que sean maestros en el arte de la negociación.

Con sus grandes y honrosas excepciones, en el mejor de los casos, existe lo que llamaremos “El Espíritu Quijotesco” de andar luchando contra los molinos de viento, entre los Promotores de Cultura o el socorrido estilo “Bohemio”.

Pero lo que nos reclaman las condiciones en que vivimos, es de profesionales de la Administración Pública, especializados en el DESARROLLO CULTURAL. Estos profesionistas requieren entre otras habilidades, conocer y manejar el “arte de la negociación” ya que, la

falta de recursos, la competencia y las complejas relaciones que se dan a partir de las comunicaciones, obligan al promotor cultural a negociar.

“NEGOCIAR”

Desde un presupuesto, hasta la contratación de un grupo artístico, pasando por las negociaciones al interior de la institución, como son; los proveedores, el sindicato, los colaboradores, etc.

De manera esquemática mencionaremos los principios básicos de la negociación:

- * El verdadero objetivo de la negociación, NO se trata de una confrontación en la que necesariamente triunfe el adversario más poderoso. El “ganar-ganar” consiste en que se pueda encontrar un punto en el que “TODOS GANAN”, a partir de la COOPERACIÓN y el RESPETO, en beneficio de las dos partes. Saber negociar no es actuar con una posición de fuerza, a través de la aspereza y la mala voluntad.
- * Se piensa que la experiencia y la facilidad de palabra son los sustitutos de la PREPARACIÓN, totalmente falso. La preparación es indispensable para convertirse en un excelente negociador. La investigación, capacitación y autoevaluación, son recursos indispensables para lograr una buena negociación.
- * La selección del lugar y la hora para las negociaciones es vital. Un buen negociador, busca un lugar cómodo y agradable, donde las personas SE SIENTAN BIEN y no se distraigan. Cada negociador tiene lugares y horas de “PODER”, que las use en su beneficio. Sea su oficina o un lugar público. No en cualquier lugar o cualquier momento se debe negociar.
- * La responsabilidad y la credibilidad por ambas partes de los negociadores debe ser la primera base de la negociación. Debe uno saber con quien está negociando y los alcances de su credibilidad. La SERIEDAD Y LA CREDIBILIDAD son lo único innegociable.

* El negociador siempre debe estar acompañado de INFORMACIÓN, tanto oral como escrita. Los documentos de apoyo, tales como: costos, lista de precios, estadísticas, leyes, convenios anteriores o similares, etc. Se convierten en un buen apoyo; sin embargo nunca podrá subsistir a la inteligencia, la formalidad y la seguridad en uno mismo.

* El negociador debe aprovechar la más MÍNIMA VENTAJA, para lograr grandes triunfos. En los grandes torneos de ajedrez, cuando un adversario come un peón al principio de la partida y logra mantener la mínima ventaja hasta el final de la partida, casi siempre logra ganar. Para detectar inmediatamente la mínima oportunidad, el negociador, debe conocer la naturaleza de la negociación y las circunstancias que lo rodea.

* En la negociación no siempre es el “tómelo o déjelo”, el todo o nada. Nuestro pueblo a lo largo de miles de años ha desarrollado un estilo de negociación muy eficaz, que le ha permitido “sobrevivir a su muerte histórica”, nos referimos a “EL REGATEO”, que es todo un arte de la negociación, entre dos intereses encontrados pero siempre guardando las formas y la concordia. Se llega a decir que en nuestros mercados, no existió una buena transacción, sino existió el regateo. En la negociación existen muchas formas de llegar a un acuerdo, que beneficie a las dos partes.

* Los Promotores de Cultura deben aprender a CONVERTIR LA NECESIDAD EN VIRTUD. No siempre se está en una posición de igualdad o ventaja, no siempre se puede negociar; por lo que hay que saber retirarse a tiempo.

* Un negociador debe DISEÑAR UNA ESTRATEGIA para enfrentarse a su adversario. Debe saber con exactitud y antelación; qué puede conceder, qué definitivamente no puede conceder, qué puede ganar y qué perder. Nunca debe “mostrar su juego”, siempre debe tratar de reservar una “potencialidad o recurso”, para el final o para una contingencia. Pero sobre todo, debe incorporar en su estrategia el tiempo. Debe saber de qué tiempo dispone y tratar de conocer el tiempo disponible de su adversario.

* Negociar es intercambiar puntos de vista, es SABER ESCUCHAR, PENSAR Y HABLAR con claridad, de manera sencilla y directa

evitando al máximo, los “seductores rollos de la egolatría”. Un atento escucha, puede detectar en el adversario los puntos débiles de sus argumentos o sus contradicciones, y encontrar rápidamente la “mínima ventaja”.

* Un buen negociador no tiene en su mente “el ganar o perder”. Un experimentado negociador se sienta a negociar sin miedo a perder o ambición de ganar. Un negociador aprende que la negociación es tan solo un medio, en el que se expresa su inteligencia y su impecabilidad.

Finalmente daremos algunas recomendaciones y tácticas para realizar las negociaciones:

* Elementos de PODER ante la negociación.

- que su adversario tenga competencia.
- poseer conocimiento de su adversario.
- no tener límite de tiempo.
- poder asumir riesgos.
- Mantener una relación amistosa con el adversario.
- no mostrar su juego.

*Tácticas en la negociación.

- el silencio.
- usar a favor del tiempo.
- siempre sacar un pión.
- condicionar la negociación.
- intensificar la negociación.
- halague y pida ayuda sutilmente.

* Concesiones en la negociación.

- acceda en cosas sencillas, para amarrar las difíciles.
- de tiempo, si esta en la estrategia.
- darse márgenes para negociar en momentos difíciles.

* Salir de los estancamientos.

- cambiar de lugar.

- nueva propuesta.
- compartir riesgos.
- retirarse con un pretexto y regresar.
- utilizar a otro negociador.

El Promotor Cultural, insistimos, es un administrador que trabaja dentro de la Administración Pública. Como tal debe prepararse en los campos propios del Desarrollo Cultural, pero de la misma manera, debe buscar apoyo, para mejorar su desempeño profesional, en las ciencias y técnicas más avanzadas del entorno, porque precisamente su objetivo es interactuar en él, para lograr el desarrollo pleno de las personas, fortalecer la identidad, la soberanía y humanizar el desarrollo material. Para cumplir con los Artículos Tercero y Cuarto Constitucionales; El Plan Nacional y Estatal de Desarrollo, la ley orgánica y los objetivos de la institución en la que trabaja.

g.4.- LA ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS QUE EL ESTADO DESTINA AL DESARROLLO CULTURAL.

Las acciones que el estado realiza en el área del DESARROLLO CULTURAL a través de las instituciones que promueven y difunden el patrimonio cultural en los tres niveles de gobierno, tiene como objetivos: a) LOGRAR EL DESARROLLO ARMÓNICO DE LOS CIUDADANOS. b) MANTENER, ACRECENTAR Y DESARROLLAR EL PATRIMONIO HISTÓRICO, ARTÍSTICO Y CULTURAL, QUE FORTALECE A LA IDENTIDAD Y A LA SOBERANÍA. c) HUMANIZAR EL DESARROLLO MATERIAL.

El que-hacer cultural del Estado, parte de un MARCO JURÍDICO, que se encuentra en la Constitución Política de la Federación y de los estados; así como el Plan Nacional y los Planes Estatales de Desarrollo y en las Leyes Orgánicas de cada institución. El gobierno Federal a través del CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES, coordina y orienta la POLÍTICA CULTURAL DEL ESTADO MEXICANO.

Dentro de los tres niveles de gobierno existen dos clases de instituciones que inciden en el campo del DESARROLLO CULTURAL. Las instituciones en donde la promoción y difusión del Desarrollo Cultural en su actividad SUBSTANTIVA; y las que mantiene el

Desarrollo Cultural como una área NO SUBSTANTIVA, sólo como de apoyo y complemento.

La POLÍTICA CULTURAL DEL ESTADO MEXICANO se basa en los siguientes objetivos fundamentales:

- * Preservación y Difusión del Patrimonio Cultural Nacional.
- * Aliento a la Creatividad Artística y a la Difusión de las Artes.
- * Desarrollo de la Educación y la Investigación en el campo de la cultura y las artes.
- * Fomento del libro y la lectura.
- * Preservación y Difusión de las Culturas Populares.
- * Fomento y Difusión de la Cultura a través de los medios audiovisuales de comunicación.

De esta manera el Estado Mexicano se ha comprometido a apoyar y alentar EL DESARROLLO CULTURAL de los Mexicanos, no sólo a través de la voluntad política, que está consagrada en la Constitución, sino que en la Planeación Estratégica, donde La Cultura ocupa un lugar fundamental, pues se entiende que el Desarrollo Material, tiene que compartir con el Desarrollo Cultural, pues de no ser así, el Desarrollo se convierte solamente en “CRECIMIENTO ECONÓMICO”. Por ello en los tres niveles de gobierno, el Estado invierte recursos Financieros, Materiales y Humanos, para lograr este objetivo de desarrollo integral de los pueblos de México.

Esto nos lleva necesariamente a dos consideraciones. El Desarrollo Cultural que propone las instituciones del Estado, están cumpliendo cabalmente con sus objetivos de alentar el DESARROLLO CULTURAL DEL PUEBLO; y en segundo lugar, si así lo están haciendo, saber si la administración de estos recursos, es la más eficiente.

En cuanto a la primera consideración diremos que es necesario revisar los contenidos de las Políticas Culturales, para saber si se sigue manteniendo un proyecto COLONIZADOR o se está apoyando las expresiones más genuinas de la identidad cultural, de los pueblos que conforman nuestra nación.

En cuanto a la segunda consideración, creemos que es necesario mejorar los métodos y procedimientos administrativos, pues aunque

existen personas que siguen pensando que la cultura y la administración son campos opuestos; lo cierto es que El Desarrollo Cultural está inmerso dentro de la Administración Pública y aunque en nuestro país, existe desgraciadamente de parte de los políticos, el concepto que la “cultura” es cosa de mujeres o personas “raras”, y que cualquier persona o político sin “hueso”, puede dirigir un proyecto estratégico de desarrollo cultural; la realidad es que existe muy pocas personas capacitadas en DESARROLLO CULTURAL en México y mucho menos, políticos que entiendan la DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO, a pesar de que en teoría y en sus Planes Estatales y discursos, los políticos hablen del DESARROLLO CULTURAL y el propio estado gaste miles de millones de pesos, en los tres niveles de gobierno; manteniendo una imponente infraestructura física y humana, en algo que ni entienden, ni dimensionan en el contexto político y social.

La administración es una herramienta para facilitar y apoyar el DESARROLLO CULTURAL; una herramienta que nos permite acceder a la EXCELENCIA, a través de la eficiencia de las acciones que se implementen, para cumplir con los objetivos Institucionales, que deberán insertarse en un macro sistema; ya sea Nacional, Estatal, Municipal o Institucional.

Ante la situación económica actual, no existe otra alternativa. Por una parte la necesidad de impulsar EL DESARROLLO CULTURAL para no sólo humanizar el desarrollo material, sino lo que resulta igualmente importante, que éste desarrollo humano tenga un “ROSTRO PROPIO” y no el de un anglosajón o un francés.

En efecto, debido a la comunicación, a la apertura de mercados y a la globalización; los fenómenos de DESCULTURIZACIÓN Y TRANSCULTURIZACIÓN están haciendo estragos, no sólo en la “cultura” en abstracto, sino que están cambiando negativamente formas de vida de los mexicanos. Las culturas hegemónicas de una manera agresiva y contando con todos los recursos económicos y tecnológicos, están destruyendo y desmantelando, las formas tradicionales en la relaciones humanas, logrando una enajenada homogeneización, donde los valores del consumo, la violencia y el individualismo, son sinónimos de modernidad y progreso.

Por otra parte, los RECURSOS QUE EL ESTADO DESTINA AL DESARROLLO CULTURAL cada día son menos; por lo que es urgente maximizar y hacer más eficiente, lo poco que se tiene. Los funcionarios que trabajan en cultura, ya no pueden seguir en su esfera de cristal, ajenos al mundo y a la “verdadera cultura”. El funcionario de cultura del siglo XXI, debe ser una persona muy bien preparada, no sólo en el área artística, histórica y pedagógica; sino que debe tener un sólido marco teórico, histórico, jurídico y administrativo.

Porque, de qué manera se piensa lograr el DESARROLLO CULTURAL. Todos los postulados Constitucionales y los objetivos que señalan el Plan Nacional y los estatales de desarrollo y los objetivos de las instituciones culturales, de qué manera se pueden alcanzar. A través de qué estrategia, se humaniza el desarrollo, se fortalecen las identidades culturales de las regiones del país, se eleva la calidad de vida de los mexicanos?

EL DESARROLLO CULTURAL es el único elemento que nos permitirá enfrentar con dignidad y éxito, los difíciles tiempos que estamos viviendo. Después de quinientos años los mexicanos no podemos seguir buscando en el extranjero, los modelos que nos saquen de ésta crisis cinco centenaria, toda vez que la génesis de la crisis es la colonización interior. Por ello, tendrá que ser con nuestra cultura y no contra ella, que podremos diseñar el país que deseamos construir de cara al nuevo milenio. LA CULTURA Y EL DESARROLLO DE ELLA, es el único elemento real que tenemos para cruzar venturoso estos difíciles tiempos. Entendamos por Desarrollo Cultural, el desarrollo de los elementos culturales, que cada grupo humano, han heredado y elaborado, o se los han apropiado de otros grupos humanos; y que sirven para realizar los proyectos sociales, desde la más elemental de sobre vivencia física, hasta llegar a elevados estadios de la trascendencia espiritual.

Por ello, los promotores culturales deben buscar su capacitación para mejorar su desempeño profesional. Las personas que tienen la alta responsabilidad de manejar los valiosos y limitados recursos que el estado destina al DESARROLLO CULTURAL, deben acabar con el empirismo y la improvisación; nuestros políticos, deben interiorizarse en los procesos culturales y entender la vinculación directa que existe tanto en lo económico, como en lo político y social. Los políticos

deben ENTENDER LAS CONSECUENCIAS QUE TIENEN LA DIMENSIÓN CULTURAL DEL DESARROLLO, tanto en la sociedad y como en la vida institucional del Estado; pues el aspecto espiritual de la vida (no religioso), puede y debe ser apoyado por el Estado, desde el campo de DESARROLLO CULTURAL.

El campo de DESARROLLO CULTURAL es tan importante para la sociedad y los individuos, como el sector salud o la educación. Privar a un grupo humano de un justo desarrollo cultural, a la larga es tan peligroso o dañino, como privarlo al derecho a la salud o a la educación. De nada sirve (para el pueblo) que los indicadores económicos y financieros de un país, marque un gran crecimiento, si existen retrocesos en salud, educación y cultura. Un ejemplo de lo anterior, lo podemos ver en Suecia y en Alemania, países de un gran desarrollo económico, pero en lo social, enfrentan tasas negativas de crecimiento demográfico y los más altos índices de suicidios, producto de la decadencia espiritual en la que viven. La generación de la riqueza material requiere compartir dos aspectos fundamentales para lograr el DESARROLLO INTEGRAL; el imperio de la justicia y la democracia; el desarrollo de la cultura emanada del pueblo.

Entendiendo como cultura del pueblo, todas aquellas manifestaciones colectivas o individuales, que a lo largo de cientos de años han ido conformando de manera anónima y autónoma, las tradiciones, fiestas, usos y costumbres; que buscan en el fondo, humanizar la vida del ser humano en lo individual y de la sociedad en lo colectivo. La fraternidad, la solidaridad, el primigenio deseo de tratar de ser lo mejor de sí mismo, la búsqueda milenaria de los valores espirituales, la trascendencia de la conciencia, la exaltación de lo humano, en todos los tiempos y en todos los lugares, después de haber satisfecho sus necesidades materiales.

La Cultura de un pueblo, ayuda a un individuo a tratar de resolver de manera individual, consciente o inconscientemente, el milenario problema ontológico del SER: ¿quién soy yo?; ¿de dónde vengo? y ¿a dónde voy después de la muerte? La Cultura como la expresión de la sabiduría de millones de personas, que a lo largo del tiempo, han enfrentado éste problema y han dejado un testimonio perenne de su existir, en ese “todo” anónimo que es la Cultura de un pueblo.

La Cultura vista desde ésta perspectiva debe ser el eje rector de un proyecto estratégico para lograr el DESARROLLO de nuestro País. Porque deberá ser con “LA CULTURA PROPIA-NUUESTRA” y no con la cultura de España, Francia o Estados Unidos, con la que deberemos diseñar nuestro país hacia el nuevo milenio, erradicando para siempre, EL COLONIALISMO CINCO CENTENARIOS.

No solamente se deberá replantear las estrategias de la promoción y difusión de la Cultura en el desarrollo y la vida nacional; sino lo que resulte indispensable e impostergable: “La construcción de una nueva sociedad, con la base de los valores y principios ancestrales de la civilización del Anáhuac formados a lo largo de siete milenios y medio de desarrollo humano. Y enriqueciendo este proyecto con la selección de los mejores valores de las culturas que se han mezclado en estos últimos cinco siglos.”

g.5.- Autofinanciamiento

Uno de los problemas más comunes en la administración de los recursos que el Estado destina al Sector Cultural es la falta de recursos económicos. El autofinanciamiento es una actividad que puede compensar, de alguna manera, esta carencia.

El autofinanciamiento no es una técnica, diremos que es una “ACTITUD FRENTE AL PROBLEMA”. Generalmente existe en la comunidad donde operamos, una variedad de potenciales financiadores o patrocinadores de las actividades del Centro Cultural. Se requiere de la sensibilidad y creatividad del Promotor Cultural para desencadenar el arribo de estos recursos a nuestros proyectos culturales. El autofinanciamiento no es, ser “pedigüeño”, es algo más que pedir, es en cambio tener una actitud: positiva, fresca e imaginativa. Se trata de estar motivado y tener la capacidad de involucrar a otros en nuestros proyectos culturales. Es como se le llama en la administración “saber vender ideas”. La excelencia en las actividades culturales a través del tiempo va creando un prestigio y una imagen de nuestra organización.

Existen en nuestra comunidad muchos “líderes de opinión”, asociaciones de profesionistas, clubes de servicio, asociaciones de profesionistas, industriales y comerciantes, etc.; que necesitan de una

“buena imagen” en la comunidad. Las empresas producen bienes o servicios (ejemplo: bien, una fábrica que produce jabones; servicio, un restaurante) las instituciones ofrecemos servicios culturales, tales como talleres libres de arte y eventos culturales, entre otros. Si nuestra institución carece de capital y el capital se crea por el trabajo, podremos suplirlo con una eficiente labor cultural que nos producirá con el tiempo una imagen y un “crédito social”. Pues es aquí donde entra el talento, la imaginación y la creatividad para darles a otros lo que tenemos y recibir de ellos lo que nosotros necesitamos.

En el autofinanciamiento recomendamos:

- a).- Nunca hay que pedir, primero hay que ofrecer nuestros servicios.
- b).- Nunca pedir dinero en efectivo, todo en especie y mano de obra.
- c).- Hay que saber reconocer “inteligente y dignamente” esos apoyos en el ámbito de nuestra comunidad, sin caer en el servilismo y la adulación gratuita y desmedida.
- d).- En principio todo se puede negociar, menos los principios.
- e).- Hay que lograr un número mayor de financiadores o patrocinadores, con una menor aportación cada uno.
- f).- El primer paso en el autofinanciamiento es evitar el derroche y el dispendio.
- g).- La administración de los recursos que el Estado destina al desarrollo cultural y los aportados por la comunidad deben manejarse con extrema transparencia.
- h).- Son más valiosos para la Institución, las personas que ayudan a que otras “cooperen”, que aquellas personas que tan sólo cooperan, por más dinero que posean.

Bibliografía recomendada:

- . Reyes Ponce, Agustín. Administración de empresas. Ed. Limusa México 1982 (2 tomos)
- . Terry, G.P. Principios de administración De. Cecesa México 1961.
- . Fayol, Henry. Administración Industrial y general. Ed. Argentina de administración y Finanzas Buenos Aires 1960.
- . Peterson y Plowman Organización y Dirección de Empresas. ed.UTEHA México 1961.
- . Marín, Guillermo. Apuntes de administración cultural. Casa de la Cultura Oaxaqueña. 1988.

V.- ELABORACIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

En el qué-hacer cultural, es muy común que el Promotor Cultural tenga que presentar “proyectos”, es decir, la sistematización y elaboración por escrito de ideas sobre una actividad cultural que se pretende realizar; por ello nos hemos permitido apuntar algunas ideas que puedan facilitar la tarea.

En primer lugar tendremos que decir, que es necesario diferenciar entre un Proyecto y un Plan de trabajo. El primero es “la venta o presentación de una idea”; el segundo, es el desarrollo metodológico de la idea. Por lo cual recomendaremos que los proyectos sean elaborados de manera clara, directa y escueta. Insistimos, lo que pretendemos al elaborar y presentar un proyecto, es que “el tomador de decisiones”, apruebe en principio la idea propuesta. Cuando esto se ha logrado, generalmente hay que elaborar un Plan de Trabajo, en donde se desarrolla toda la idea de manera totalmente detallada.

Los “tomadores de decisiones” por lo general no disponen de mucho tiempo. Un proyecto que sea una “novela-plan de trabajo” muy difícilmente será leído en su totalidad. Por lo anterior proponemos la siguiente metodología, para decir de la manera más corta, clara y exacta lo que nos proponemos hacer. Entendiendo que esta metodología debe ser flexible, pues cada proyecto por su propia naturaleza tendrá variantes que le permitan lograr su objetivo, pero en términos generales proponemos los siguientes pasos:

ANTECEDENTES.- Es recomendable que el proyecto inicie con algunas ideas que sirvan de marco de referencia o introducción al tema en que se desarrollará el proyecto. Deberán ser algunas ideas muy claras que “sensibilicen” al lector. Recomendamos que la extensión no exceda de media cuartilla.

CONSIDERACIONES.- Inmediatamente después de los antecedentes se recomienda introducir al lector en un número reducido pero importante de consideraciones, es decir, en una idea muy bien desarrollada o en una serie de ideas cortas, que apoyarán y deberán hacer parecer necesaria y lógica nuestra propuesta del proyecto. Al

igual que los antecedentes recomendamos que no exceda de media cuartilla, ya sea como dijimos una sola idea o una serie de ideas cortas, que también pueden ser datos, cifras, estadísticas. Lo importante de las consideraciones es darle fuerza a nuestro proyecto.

PROPUESTA.- La propuesta deberá ser tan sólo la actividad que propone el proyecto. Si ya se tiene el nombre de la actividad, es mejor aún, evita “contaminar” la propuesta con un texto innecesario. Diga claramente lo que usted está proponiendo, por ejemplo: Por lo anterior nos permitimos proponer: “La creación del Recinto del Espíritu Oaxaqueño, EL RESO”, la realización de “El primer encuentro Estatal de Danza Regional”, “La creación de un Centro de Cultura y Desarrollo Integral Comunitario, A.C.” “La implementación de un Taller de Cerámica Popular”, etc. Debemos buscar ser precisos, para no distraer al lector de nuestro objetivo primordial, que es, que entienda lo que proponemos y comprenda su importancia.

OBJETIVOS.- Los objetivos deben ser diáfanos, lógicos y contundentes. Los objetivos, si es conveniente, se pueden dividir en dos clases: generales o cualitativos y específicos o cuantitativos. Todo proyecto cultural tiene necesariamente un aspecto político. “Al tomador de decisiones” hay que presentar los alcances políticos de la propuesta, por lo cual debemos de tener la capacidad de percibirlos. Esto se hace en los objetivos generales o cualitativos, que también pueden contemplar los objetivos institucionales; se recomienda hacerlo de una manera elegante y discreta.

Los objetivos específicos o cuantitativos, son aquellos por los que estamos haciendo la propuesta, son -los que nos comprometemos a lograr-, lo que se puede medir y evaluar. Los objetivos son lo que realmente sustenta a la propuesta o proyecto. De modo que quien elabora un proyecto cultural, deberá saber perfectamente qué pretende lograr con el proyecto y cómo medirlo o evaluarlo.

ESTRATEGIAS.- Es conveniente hacer saber el “cómo y a través de qué” pretendemos lograr nuestro objetivo. Las estrategias son, en términos generales, la forma en que pretendemos operar un proyecto, por ejemplo: el proyecto se realizará de manera inter-institucional; que el proyecto sea auto financiable; otra estrategia podría ser, compartir

el proyecto con la sociedad civil organizada o contratar para el evento a artistas regionales solamente, etc.

POLÍTICAS.- En ocasiones es conveniente ponerle al proyecto un espacio para las políticas. En especial es recomendable, cuando el proyecto es interinstitucional. Pues de esta manera se “fijan las reglas” para todos y se impide que una institución coparticipante, quiera aplicar “sus políticas institucionales” a un proyecto en el que el participan otras instituciones, por ejemplo: los créditos interinstitucionales serán en un sólo color en todos los impresos y no excedan de un 10% de la superficie; para el evento, sólo se extenderán un 20% de boletos de cortesía, repartidos equitativamente entre todas las instituciones patrocinadoras, etc.

PRESUPUESTO.- Es tal vez, junto con los objetivos lo más importante de un proyecto. Porque, el “qué se quiere hacer, porqué se quiere hacer y cuánto le costará”, determinará en gran medida la decisión que se tome sobre el proyecto propuesto. La elaboración de un presupuesto (que en nuestro proyecto en tiempos y costos) debe ser una acción extremadamente creativa. El presupuesto siempre debe apoyar al proyecto, de modo que un presupuesto se elabora “según el sapo es la pedrada” (voz popular). En efecto, un presupuesto se puede “inflar” cuando lo vamos a compartir con otras instituciones (poniendo recursos humanos o materiales con que cuenta nuestra institución, que aunque aparentemente no nos cuestan; ya sea, porque están contemplados en los gastos fijos de la institución o en sus activos, pero que indiscutiblemente tienen un costo económico y que a la hora de dividir los “gastos”, éstos ya los cubrió nuestra institución). O de manera inversa, cuando deseamos que el presupuesto no aparezca tan grande, evitamos poner esos recursos que usaremos de la institución, como costos del proyecto.

Sea cual fuera el método, lo cierto es que el presupuesto debe reflejar los costos y los tiempos que necesitaremos para realizar el proyecto. El no saber cuánto en verdad costará lo que proponemos, refleja nuestra propia ignorancia hacia lo que pretendemos hacer.

Lo mismo significa los presupuestos excedidos que los insuficientes; los dos revelan ignorancia y poco conocimiento de nuestra propuesta. Finalmente diremos sobre el famoso reglón de “gastos imprevistos”,

que en muchos casos tratan de cubrir la incapacidad de quien elabora y propone un proyecto y un presupuesto. Una persona con experiencia, inmediatamente detecta estas tremendas fallas.

La elaboración de un proyecto es una carta de presentación de nuestra capacidad y nivel profesional. Los proyectos recomendamos que no excedan de 7 a lo mucho 10 páginas. Deben ser presentados de una manera limpia, austera y sobria. Con letra grande y amplios espacios. Se recomienda hacer una “excelente síntesis” del proyecto y escribirla en una tarjeta ejecutiva, que se adjunta a la carátula con un clip, para que el “tomador de decisiones” pueda leerla al ser abordado caminando en una breve visita a su oficina.

Cuando se presenta un buen proyecto, con una buena idea, no significa necesariamente que será “aprobado”. En ocasiones podrá resultar que no le guste, no le convenga, no tenga recursos; o que no sea la institución adecuada o el tiempo oportuno. Pero siempre quedará asentada la seriedad y el profesionalismo de quien elaboró el proyecto. Lo que no se puede permitir es que nos digan que NO, porque no supimos expresar la idea, o porque no sabemos lo que pretendemos, porque no tenemos una idea clara de cuanto costará; porque al elaborar un mal proyecto demostraremos incapacidad.

La elaboración de los proyectos culturales, es una carta de presentación de nuestra capacidad, conocimientos y nivel profesional.

Bibliografía recomendada:

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4050022/contenidos/guia%20elaboracion%20proyectos%20culturales.ppt#257,2>, ¿CÓMO PASAR MI IDEA A PROYECTO?

<http://74.125.47.132/search?q=cache:U2lxe473iu0J:www.centrobibliotecario.cl/GUIA%2520DE%2520ELABORACION%2520DE%2520PROYECTOS%2520CULTURALES.pdf+elboraci%C3%B3n+de+proyectos+culturales&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=mx>

<http://www.bajacalifornia.gob.mx/icbc/doctos/proyectoCultura.pdf>

VI.- COLOFÓN

La Promoción Cultural es un trabajo por “el ser humano y por su inconmensurable fuerza espiritual”, por ello requiere el mayor compromiso y la más alta responsabilidad. El promotor cultural trabaja por elevar la calidad de vida de una comunidad, para fortalecer la memoria histórica y acrecentar la Identidad Cultural y por humanizar el desarrollo, a través de la energía espiritual que subyace en las tradiciones, fiestas, usos, costumbres, inmenso acervo de sabiduría, herencia de nuestros viejos abuelos y sus 8,000 años de historia y civilización, que nos dan identidad y nos abre una puerta a un futuro luminoso. El promotor cultural trabaja en favor de la creatividad en su milenaria búsqueda de la trascendencia. El Promotor Cultural es un líder que promueve la Dimensión Cultural del Desarrollo. Su trabajo humaniza la vida cotidiana, la llena de contenidos espirituales, ayuda a florecer los corazones y a decantar los rostros; busca espacios para los niños y los adultos, y dignifica la experiencia de nuestros jóvenes y viejos abuelos.

Durante el desarrollo del esplendor del México Antiguo, en los *Cuicacallis*, en los *Tepochcallis*, en los *Calmécacs*, debieron existir personas que propiciaron “flor y canto” para aquellas luminosas batallas floridas del espíritu; todas las civilizaciones los han tenido.

México está viviendo momentos trascendentales de su historia, la humanidad misma está viviendo un período de oscuridad y deshumanización. Por ello la labor del Promotor Cultural es más necesaria que nunca. De su profesionalización, eficiencias y eficacia en el desempeño de su trabajo dependerá la respuesta que la sociedad pueda dar a estos difíciles tiempos. La sociedad necesita de líderes culturales que puedan catalizar y potenciar toda la energía espiritual y la milenaria sabiduría que posee los pueblos, especialmente los pueblos indígenas y campesinos, para darle un significado y contenido “humano” a la “modernidad” que nos asfixia.

Nuestra patria necesita de profesionales que puedan descolonizar a la cultura. Personas que trabajan en la dignificación de la sabiduría y

experiencia que ha logrado sobrevivir estos quinientos años, encubierta en nuestros pueblos, para protegerse de la negación y la exclusión de la cultura dominante que la ha tratado de destruir.

La Promoción Cultural vista desde esta perspectiva, es uno de los medios que nos permitirán, no sólo descolonizarnos, sino hacer más justo y democrático este país. La Promoción Cultural contribuirá en gran medida, para que la voz profunda de los pueblos, exprese su voluntad de SER Y HACER en la conformación de nuestro país y nuestro destino, de cara a este nuevo milenio que ya ha comenzado.

El Promotor Cultural deberá convertirse en el “corazón del pueblo”. Deberá, con su trabajo eficiente y eficaz, descolonizar la percepción negativa que se le ha inculcado al pueblo en cuanto a que “lo propio-nuestro” carece de valor y tiene que ser “modernizado”, es decir, cambiado por valores y actitudes foráneas. Que la “Cultura propia-nuestra” es solo para consumo del turista como folclor y artesanías. Tendrá que luchar arduamente para despejar la idea colonizadora de que: “nada del pasado ancestral de nuestros Viejos Abuelos toltecas”, tiene que ver con “los mexicanos modernos”. Que todo lo antiguo por definición es primitivo. Que el futuro y el progreso vienen de afuera.

Para ello, deberá descolonizar la idea que sobre “la Cultura” nos ha impuesto el colonizador desde 1521. Deberá de dejar de trabajar para imponer la ideología colonizadora de la superioridad extranjera. La “Cultura” deberá de dejar de ser “un bien selecto para una elite exquisita”, donde “La Kultura” deberá de estar representada solo por las manifestaciones artísticas del colonizador (la “cultura” de las bellas artes europeas). Dejará de confundir a la Cultura por el arte. Renunciará a la idea de que el “arte y la cultura” es para ocupar “el tiempo libre”, como en las sociedades colonizadoras. Dejará de tratar de ser “un promotor de artistas”, eventos y espectáculos; y trabajará, en lo general, arduamente por el desarrollo integral de la comunidad. Y en lo particular, incansablemente por el desarrollo espiritual de los individuos a través de la educación artística, la exploración de las artes y la revaloración de Patrimonio Cultural, por medio de fortalecer la memoria histórica y revalorar la Identidad Cultural.

El Promotor Cultural heredero de la sabiduría tolteca, que vive agazapada en “el banco genético de información cultural”, en la

memoria histórica, en el inconciente colectivo, entablará su “Batalla Florida” por coadyuvar en el florecimiento del potencial comunitario y la conciencia espiritual. Sus armas serán “flor y canto”. Su aliado, Tezcatlipoca como “el enemigo interior”. La misión, será poner un espejo “al otro”, para que se vea a sí mismo. Para que se recuerde y se reconozca. Para que se revalore y se potencialice a sí mismo ante lo más ancestral y primigenio que poseemos.

El Promotor Cultural deberá ser un agente de cambio. Un humanizador de la forma de ver y entender el mundo y la vida. Reactivador de valores y actitudes ancestrales. Coadyuvando para fortalecer la memoria histórica y Identidad Cultural. El campo de trabajo es fundamentalmente la cultura “propia-nuestra”, sin demérito o exclusión de otras manifestaciones, pero sin perder la claridad, dimensión y responsabilidad de ser hijos de los hijos de una de las civilizaciones más antiguas e importantes del mundo. Como hoy lo hacen China o India, países con civilizaciones tan antiguas como la nuestra.

Lo más valioso que poseemos los mexicanos es nuestro ancestral legado cultural. Éste Patrimonio Cultural, único en el mundo, se sustenta fundamentalmente en el legado tolteca del periodo Clásico. Los mexicanos todos, somos parte de esta civilización que se inició desde el sexto milenio antes de la era y sigue viva, latente y vigente. No ha muerto o desaparecido. El problema es que la colonización intelectual no permite que la apreciemos concientemente.

El futuro de nuestros pueblos, familias y personas, no solo radica en re-descubrir y revalorar nuestro pasado y su cultura. Sino fundamentalmente hacerlo conciente, pues se encuentra inmerso en nuestras múltiples formas de vida cotidiana. La estructura mental y espiritual, individual y colectiva tiene mucho que ver con nuestra civilización Madre. El desafío se encuentra en la descolonización y es aquí donde el Promotor Cultural tiene una gran responsabilidad y encuentra su campo de trabajo. Porque el futuro se encuentra en el pasado.

Guillermo Marín
www.toltecatoytl.org
www.aquioxaca.com