

LUGARES DE CONVERSACIÓN: Institucionalidad Cultural y Nuevos Públicos

Ignacio Rodríguez Srabonián

Hace algunos años desde la región Este de Uruguay, me encontré con la necesidad de espacios para la reflexión y producción artística. Con la realidad de una región cosmopolita de cambios dinámicos y sobre todo con la oportunidad de alinear una nueva institucionalidad cultural hacia nuevos públicos.

Podría decirse que esta reflexión nace de la oportunidad de colectivizar la experiencia artística afrontando, por un lado, la dificultad del rol que tiene la producción artística en nuestro lugar concreto, y por otro, el conflicto que afronta desde sus condicionantes geopolíticas en el mundo globalizado del arte contemporáneo.

Por un lado, a nivel nacional, las políticas públicas plantearon una nueva visión hacia la cultura, creando los fondos concursables para la cultura, la ley de incentivo cultural para empresas privadas, los cluster para la cultura, la Asamblea Nacional de la Cultura, fondos de apoyo a la industria audiovisual y el Plan Ceibal, que brinda a cada niño escolar o liceal una computadora, entre otras políticas puntuales.

No obstante, no podremos definir la institucionalidad cultural solamente como una batería de políticas públicas. La institucionalidad cultural no alcanza a ser pensada únicamente desde la órbita pública.

Actualmente en Uruguay, ha habido intentos de pensar una nueva institucionalidad tomando como referencia el ejemplo chileno, entendida: “como los instrumentos legales, financieros, de infraestructura y de gestión que tanto el Estado como la sociedad civil crean y ponen al servicio del desarrollo artístico y cultural y de la conservación y difusión del patrimonio cultural del país, tanto en los niveles internacional, regional, nacional, comunal y barrial en que se desenvuelve la vida de las personas... En sentido estricto, se utiliza para aludir únicamente a los organismos públicos y privados que cumplen funciones y procuran conseguir objetivos en el campo cultural”.¹

¹ CARAMBULA GONZALO. La institucionalidad cultural pública como problema. Fernando Arozena. Regionalización cultural del Uruguay, 2011

Pensar la cultura desde instituciones públicas, privadas, organizaciones y colectivos independientes para generar marcos de producción y difusión de manifestaciones artísticas y culturales.

Me gustaría pensar en la institucionalidad cultural como **lugares de conversación** aludiendo a la definición de cultura de Teixeira Coelho: “El mejor resumen de la idea de cultura (y que muy poca política cultural se dispone a aceptar) es aquel que presenta la cultura como **una larga conversación**. Una larga conversación entre todo lo que es cultura, entre todos los que mueven la cultura. Una larga y franca conversación. La mejor idea de libertad en cultura es la idea de conversación.”²

Por tanto, pensar la institucionalidad cultural deberá abrir espacios que dinamicen el diálogo permanente, que formulen políticas para la creación de nuevos agentes de conversación pero que también puedan exponer los límites de sus paredes, el alcance de su diálogo y la participación de sus integrantes.

La institucionalidad cultural estará siempre en constante tensión con la subjetividad que implica la idea de lugar. La cultura en tanto, emancipación, encuentro, diálogo estará signada por su hábitat y las acciones culturales en general plantean cambios que pueden ser incorporados, rechazados o inadvertidos.

Por un lado, plantearse las implicancias de los contextos locales de las instituciones es un desafío en tanto trabajar con otros pero más aún en tanto asumir los horizontes de significancia que nos preceden.

En nuestro campo de acción al este de Uruguay no sólo tenemos que proponer desde un contexto cosmopolita que presenta una macrocefalia característica de los países del sur, donde la mitad de la población del país vive en una sola ciudad; sino también pensar en la realidad latinoamericana donde los países aceptan la determinación de subdesarrollados.

Por tanto, asumir la dificultad del *lugar de conversación* implica un entendimiento de la tensión que presenta el concepto de lugar.

Para Sergio Rojas, filósofo, crítico de arte y docente de la Universidad de Chile: “La subjetividad trama su memoria en relación al espacio que habita. A esto lo denominamos lugar. No existe un registro objetivo del lugar, sino solo referencias, alusiones a un plano

2 COELHO TEIXEIRA. Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario. Editorial Gedisa, 2009

de existencia que está hecho de huellas que no cesan de articularse en el tiempo, sin pretender confundirse con la verdad. Existimos al abrigo de los lugares.”³

Quiero presentar dos ejemplos donde se buscó el *lugar de conversación* como premisa. Más allá de lo concreto de las prácticas desde este lugar, presentar el marco de reflexión que estos casos abrieron.

El primero de ellos es el caso de FICCIONES ENCuentRO BIENAL DE FOTOGRAFÍA y NUEVOS MEDIOS.

Este evento que comenzó como un encuentro entre activos de la fotografía nace en 2009 y se institucionaliza como espacio bienal en Noviembre de 2011. Se desarrolla en la Fundación Pablo Atchugarry en Manantiales, Maldonado y cuenta con el apoyo del sector público y privado.

La institucionalidad de la fotografía ha tenido un crecimiento exponencial en Uruguay en los últimos 10 años. No obstante este crecimiento responde a la configuración geopolítica del Uruguay donde la mitad de la población vive en Montevideo, donde la accesibilidad – que ha sido el principal objetivo de las políticas culturales públicas en los últimos años – se piensa desde la centralidad.

Por tanto, el caso de FICCIONES se piensa desde un contexto descentralizado. Se plantea un corte de la fotografía desde la experiencia artística y se generan estrategias de acercamiento a un nuevo público.

Las condiciones previas, donde nos enfrentamos a un nuevo lugar y nuevos participantes, van a facilitar la convocatoria curatorial: “Nuevos Públicos”

Pensar la imagen impone sobre todo la necesidad de participantes alineados a contextos acertados. La utilización de las prácticas artísticas puede ser un proceso dinamizador por encima de un acto de contemplación.

En un contexto cosmopolita como es la región este de Uruguay, articular proyectos de escala local con visión integradora se hace imprescindible.

En la cultura visual occidental la fotografía consagrada por la mirada militar-emancipatoria de los cartógrafos, astrónomos, ópticos, documentalistas, darwinistas, forenses. Nuestro interés, sin embargo radica en su gramática, en cómo opera en una

3 ROJAS SERGIO. Las obras y sus relatos II, Ediciones del Departamento de Artes Visuales. Facultad de Artes de la Universidad de Chile, 2009.

cultura con capacidades de lenguaje, de metáfora. Cómo la imagen corrompe a la imagen como impacto, como plano, como mapa, cómo la imagen puede penetrar el plano estético-documental para explorar desde allí otros campos semánticos.

En el marco de los NUEVOS PÚBLICOS problematizar la novedad ha sido un eje de tensión en el mundo del arte en los últimos 50 años. Prácticas apropiacionistas, simulacionistas, hiperrealistas, han servido para evidenciar la hegemonía historicista en las artes visuales, un necesario devenir que sostiene la propia práctica artística. Estas estrategias de representación que en un primer momento, confrontaron la idea de mimesis, plagio y propiedad intelectual, emergieron desde una renuncia explícita a lo original novedoso.⁴ Incluyendo aún a aquellas que han propuesto al arte como un proceso tautológico y a sus prácticas como un panfleto desestetizador. De forma explícita, por omisión o por tensión, las referencias del pasado han sido necesarias como mito fundante.

Sin duda, nuestra relación con las imágenes ha cambiado desde la invención de la fotografía a esta parte y la legitimación y el efectivo uso de la fotografía dentro de las artes visuales ha sido una parte minoritaria en este universo. Es decir que los medios fotográficos no sólo trascienden nuestras referencias, sino que también han tomado lugar en diversas construcciones identitarias.

La fotografía se renueva y el arte tiende redes con el pasado.

Por otra parte, podemos pensar en la segunda parte de este binomio, los públicos. Mas allá de subcategorizarlos⁵, pensar en el público es pensar en accesos, en posibilidades interpretativas, en el receptor como un proyecto en sí mismo.

Pensar en nuevos públicos en un circuito de instituciones artísticas clásicas será pensar en niños y adolescentes, estudiantes, ajustar visitas guiadas y materiales de difusión.

No siempre nuevos públicos, plantea nuevas interacciones e incluso nuevos códigos. No siempre la práctica se piensa teniendo en cuenta al público desde la integración, como un agente imprescindible para completar la escena e incluso transformarla.

4 Ejemplo de esto son trabajos como el de Sherry Levine, Richard Prince o Chuck Close.

5 No parece conveniente hablar de un público culto e inculto propio del sistema del arte del siglo XIX, no sólo porque parece más acertado hacerlo desde una configuración del arte contenida en la noción de campo o de red como la de Bordieu, Cauqueline o Mouline, sino porque esta idea presenta al público como observador, como receptor inactivo. Preferimos pensar en ese agente de recepción como un participante activo en la configuración de la práctica artística.

Pensar en una efectiva institucionalidad cultural en auténticos *lugares de conversación*, plantea el desafío de pensar en el público como un agente activo de la propuesta como otro que aporta y completa la práctica.

No ocurre como en el cine masivo o la publicidad, donde Superman reaparece cada cinco años como si fuese la primera vez⁶, y los planteos estéticos son reincorporados y mostrados a un nuevo público objetivo apto para su consumo. De alguna forma, que esto no suceda explícitamente en las artes visuales reafirma su territorio. No obstante, desde esta instancia podemos pensar en esta nueva configuración creciente de los medios fotográficos como una posibilidad para pensar en otros públicos hasta ahora no alcanzados. Aquí aparecen prácticas relacionales, nuevos medios, interdisciplinariedad, prácticas tradicionales y contemporáneas presentadas en diversos formatos. No explora este planteo la renuncia a los mitos del arte sino a la posibilidad de producir desde sus elementos invisibles.

Es decir que pensar en la imagen fotográfica contemporánea implica entender el proceso de hibridación que ésta presenta al menos con los medios audiovisuales como el cine y la televisión.

El teórico brasileño Arlindo Machado ha trabajado sobre la dificultad de encontrar especificidad en los lenguajes artísticos más recientes, también llamados nuevos medios.

Anteriormente mencionábamos el ejemplo del Plan Ceibal como una política educativa de accesibilidad tecnológica, donde cada niño accede a una computadora.

Aquí se muestra la intención de democratización de los medios como un aporte a la accesibilidad cultural. Cabe preguntarse, cuánto de la accesibilidad a los medios tecnológicos asegura la participación e integración en las dinámicas culturales. Esta pregunta nos interesa particularmente en su relación con la tecnología aplicada a la

⁶ Si bien la idea de *remake* no es ajena a las artes visuales, la diferencia con el cine y la televisión es que algunos de estos no producen tensión con su referente histórico. Por el contrario la presencia de su referente aparece en muchos casos subyacente y no participa como una parte fundamental de la nueva producción. En este caso, los productores se centran en nuevos públicos objetivos, en nuevos nichos de mercado, mejor aún en públicos carentes de actitud crítica, incapaces de comparar entre alguno de los *wolfman* que han aparecido en pantalla desde 1941.

educación o la educación aplicada a la tecnología y por otra parte a las prácticas artísticas contemporáneas.

En los últimos 40 años muchos artistas se han apropiado del desarrollo tecnológico para sus prácticas artísticas. Esta manifestación ha respondido a intenciones estéticas, políticas y críticas.

Según Machado el arte de los nuevos medios se define como “...formas de expresión artística que se apropian de recursos tecnológicos de los medios y la industria del entretenimiento en general, o intervienen en sus canales de difusión para proponer alternativas cualitativas”⁸

Es decir, en el contexto del acercamiento al público como agente integrado, como un activo en la conversación, podemos tener en cuenta la accesibilidad tecnológica, la fuerte pulsión por los artefactos como una vía de acceso al diálogo.

De esta manera podemos visualizar al Plan Ceibal como una vía de acceso, como una oportunidad y también en definitiva, como un *lugar de conversación*.

Volviendo al caso de Ficciones se presentaron cuatro exposiciones internacionales insertadas en un marco de talleres y ponencias abiertas a todo público. Las instancias tenían un fin integrador donde pese a lo ambicioso de los proyectos y actividades se podía participar sin requisitos previos.

Para dar un ejemplo una de las instancias de participación en talleres se llamó “Imagen y Palabra” realizado por los artistas brasileños Cristiano Lendhart y Fernanda Gassen. En este taller que vinculaba ejercicios creativos de escritura y fotografía, los participantes podían trabajar con cámaras de celulares o cualquier otro dispositivo que ellos dispusieran. El taller de dos días de duración, culminó con la creación de un libro colectivo que contenía los trabajos de todos los participantes.

Este caso, es un buen ejemplo de la utilización de los medios disponibles como un disparador para la creación colectiva.

Rojas afirmará “El mundo, allanado por el principio de la disponibilidad técnica, se ha poblado de artefactos. La gravedad de lo trascendente parece *en retirada*, bajo el imperar de los medios. Sin embargo, los artefactos conservan todavía para el arte – que ironiza la

⁸ MACHADO ARLINDO. Arte e Midia. Traducción libre. Zahar Editor, 2007

soberanía técnica del hombre – la posibilidad de una experiencia. Ya no se trata de la alteridad romántica, sino de la extrañeza ante un sentido que parece más allá del *uso*.”

El desafío desde la educación y gestión cultural parece ser el aprovechamiento del deseo social, la potencialidad de la experiencia subjetiva a través de los medios.

La utilización de la cultura HD, o el deseo del píxel, la actualización tecnológica como un deber ser, se muestra como una oportunidad para el desarrollo de un lenguaje capaz de pensar el orden de la tecnología, capaz de pensarse a sí mismo y de cultivar la mediación como metáfora.

En los últimos diez años, fruto de la bonanza económica, Uruguay ha aumentado la accesibilidad a los bienes culturales. La socióloga Rosario Radakovich apunta en una entrevista, a la figura de un nuevo uruguayo más vinculado al consumo artístico-cultural: “Hay un interés por salir, algún tipo de salidas en particular, como el teatro, pero ya no tanto como el teatro independiente, crítico, sino más bien la comedia argentina, que ha encontrado un público dispuesto en Montevideo, que por ahí no es el público tradicional que va al teatro; espectáculos más masivos, los grandes mega-shows, la opera, porque tiene ese factor de distinción social”⁹

Este aumento de interés y accesibilidad se denota como un factor distintivo, tribal como una marca y se contrasta en el hecho de que la oferta de educación artística no ha tenido cambios significativos del 2001 a esta parte.

Aquí los proyectos educativos son claves. Fomentar un consumo cultural a partir de la diferencia. Plantear estrategias que se manifiesten como una alternativa a la matriz global de la cultura visual.

Es decir, fomentar institucionalidad cultural que no sólo apunte a la accesibilidad a la oferta cultural sino que también apunte al discernimiento ante la oferta presente en un territorio determinado. Presentar al arte desde la diferencia es combatir al consumidor acrítico y convertirlo en un participante.

Finalizando, presentaré el segundo caso apoyado en las nociones de lenguaje y descentralización.

9 RADA KOVICH ROSARIO. Retrato Cultural: Montevideo entre cumbias, tambores y operas, 2011.

La región este del país es ampliamente mayoritaria en el interior en cuanto a la cantidad de museos, con cuarenta y cuatro museos en su territorio. Sin embargo, la participación de la población es escasa. El “Día del Patrimonio” presenta uno de los índices más bajos de participación del país y no se percibe una red clara que vincule como circuito cultural a estas instituciones.

Maldonado es una región mayoritariamente turística donde aparecen procesos culturales propios de la internacionalización.

Maldonado es la región con mayor nivel de consumo cultural tecnológico, con la mayor tasa de conectividad e inversión tecnológica.

Su población se caracteriza por ser en un 5% de origen extranjero y el tercio de la población tiene dominio de segundos, terceros y cuartos idiomas.

No obstante, las salidas culturales no se destacan, a excepción del cine comercial y el carnaval.

Paralelamente, son pocas las instituciones que fomentan la difusión artística contemporánea o que poseen una infraestructura apta para la internacionalización de la región.

En primer lugar, percibimos la necesidad de romper con la centralidad de las propuestas. Es decir pensar desde otro lugar y hacer valer las diferencias. Descentralizar el logos entendiendo la posición de Carámbula donde: “La descentralización es también un proceso, un camino de ida y vuelta que estimula y promueve las capacidades locales y que se beneficia de estas centralmente, o más ampliamente.”¹⁰

Hace casi tres años, comenzamos el proyecto Kavlin Centro Cultural que a partir de la financiación privada de su infraestructura base, se propone como un proyecto autogestionario de difusión de arte contemporáneo y educación artística.

Todo el proyecto, se aleja de la idea del cubo blanco de contemplación sino que a partir de sus espacios invita a participar activamente.

Por un lado, se apunta a ser un punto estratégico en la región como difusor y referente de las prácticas artísticas contemporáneas. Y por otro, a acercar y comprometer a la población residente y estacional a partir de la utilización de programas de formación.

10 CARAMBULA GONZALO. La institucionalidad cultural pública como problema. Fernando Arozena. Regionalización cultural del Uruguay, 2011

La idea utiliza la pulsión tecnológica para desde ahí utilizar la estrategia de los nuevos medios, generando participantes críticos de este *lugar de conversación*.

Aspirando a la capacidad de lenguaje, que sin negar los antecedentes ni el contexto específico, apunta pensarse a sí mismo, rever el orden y metaforizar desde los medios concretos.

Según el filósofo uruguayo Sandino Núñez “La educación es el lugar en el cual todavía se puede esperar la aparición de un lenguaje sobre lo social”¹¹. Entendiendo a la educación más allá del sistema educativo formal, comprendiendo todas las prácticas político-educativas dentro del entramado social.

Podemos concluir que el fortalecimiento de los *lugares de conversación* viene de la mano de la lectura del deseo. La necesidad del fomento de un lenguaje que articule códigos emergentes y que pueda potencializar la experiencia de pensarse a uno mismo en el lugar de otro, de pensarse a si mismo como una metáfora.

Bibliografía:

COELHO TEIXEIRA Diccionario crítico de política cultural. Cultura e imaginario. Editorial Gedisa, 2009

ROJAS SERGIO. Las obras y sus relatos II, Ediciones del Departamento de Artes Visuales. Facultad de Artes de la Universidad de Chile, 2009.

MACHADO ARLINDO. Arte e Midia. Zahar Editor, 2007

AROCENA FELIPE. Regionalización cultural del Uruguay, MEC, 2011

Catálogo FICCIONES 2011 Encuentro Bienal de Fotografía y Nuevos Medios. Fundación Pablo Atchugarry, 2011

DOMINIZAIN/RAPETTI/RADAKOVICH. Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, Uruguay 2009

CHARLES TAYLOR. La ética de la autenticidad. Ediciones Paidós, 1994

NUÑEZ SANDINO. Disney War. Editorial Hum, 2011

NUÑEZ SANDINO. La educación, la nueva izquierda demagógica y la lógica de mercado. www.sandinonunez.blogspot.com, 2012

11 NUÑEZ SANDINO. La educación, la nueva izquierda demagógica y la lógica de mercado. www.sandinonunez.blogspot.com, 2012