

2ª Jornadas de Investigadores en Formación

Instituto de Desarrollo Económico y Social

Reflexiones en torno al proceso de investigación

Buenos Aires, 14, 15 y 16 de noviembre de 2012

Lic. Ariel Canabal Lic. en Ciencias de la Educación UNTREF
Especialista en Planeamiento y Gestión de la Educación. UNTREF
Especialista en Gestión y Evaluación de las Instituciones FLACSO
Maestría en Política y Administración de la Educación UNTREF
(en curso)
ariel344@gmail.com

Canabal María Adriana Mtra. Nacional de Dibujo, ENBA “Lola Mora”
Tecnicatura en Cine de Animación (completa) Escuela de Cine de
Avellaneda
Dibujante, ilustradora y Animadora Profesional Senior.
Licenciatura en Política y Administración de la Cultura UNTREF
(en curso)
Becada para la Maestría en Industrias Culturales de la
Universidad de Quilmes, concurso MICA “El Ojo Cultural” 2011.

Eje propuesto

Cultura: “Saberes y experiencias: entre letrados, mundo laboral y los medios”

EXTENSO

Título de la ponencia

El espacio público y la cultura callejera. Una aproximación desde el Circo y el Clown

“En el horizonte sombrío que despierta la globalización cultural (conglomerado de medios, industrias culturales estandarizadas, desregularización de la producción/circulación de la oferta cultural, convergencia digital consentida, etc.), hay prácticas no articuladas a ese discurso y que se manifiestan evanescentemente a veces como resistencias culturales o a veces como mestizajes, contradicciones y armonías forzadas o negociadas, algunas veces llamadas globalizaciones pero otras, tan aparentemente invisibles, que no alcanzan a ser nombradas”

Carlos Alberto García Méndez

INTRODUCCION

Las producciones culturales han sufrido en las últimas décadas grandes transformaciones en el marco de la llamada globalización o, en las palabras de Renato Ortiz, la “mundialización” de la Cultura. Las mismas, han afectado tanto los modos de producción como los de consumo llevando a los estados y a la sociedad a cuestionarse aspectos y replantarse paradigmas establecidos como el derecho de autor, lo establecido históricamente como “Arte”, las relaciones entre el patrimonio y la memoria, y la construcción de la identidad nación en países cada vez más atravesados y segmentados por procesos migratorios.

Dentro de estos procesos globales, donde el Estado pierde participación en la construcción de los imaginarios populares y cede su rol antes protagónico a la mano invisible del mercado, a través de los medios masivos de comunicación y las industrias culturales, también el ciudadano se ha ido convirtiendo en mero "consumidor", de una

producción cultural condenada a ser negocio o, al menos, demostrar su “auto sustentabilidad” o perecer.

Debido a ello, los productores culturales se vuelcan en una lucha permanente por la subsistencia. Lucha por el espacio de expresión y de comunicación, lucha por la visibilidad para el espectador, para el estado y para la legitimación dentro de su propio campo. Estas luchas suelen ser desiguales y enmascaran conflictos de legitimación y dominación social.

En esta ponencia nos referimos a las formas de producción culturales callejeras, específicamente a aquellas vinculadas con las disciplinas circenses y que basan su financiamiento en la llamada forma “a la gorra”. Compartiremos algunas ideas producto de las primeras indagaciones en torno a este tema, en el contexto de la Lic. en Política y Administración de la Cultura de la Universidad de Nacional de Tres de Febrero, y la elaboración de su tesina final.

GLOBALIZACION CULTURAL, ARTE y ESPACIO PÚBLICO

Para dar un inicio, queremos detenernos brevemente en el uso que le daremos en esta investigación a la palabra “cultura”. No es la intención realizar un análisis profundo de su origen etimológico y sus diferentes abordajes históricos, sociales y políticos, simplemente y a fines de dar un marco teórico inicial, utilizaremos el concepto de “cultura” propuesto por John B. Thompson en su concepción estructural de la cultura¹.

¹ La concepción estructural de la cultura propuesta por J.B. Thompson (1998) toma la concepción simbólica de la cultura propuesta Clifford Geertz y la inserta en un contexto social de tensiones, contradicciones y luchas, entendiendo que el carácter simbólico de la cultura no sólo genera un ámbito de símbolos y códigos compartidos en sus significados y significantes, sino que a su vez da cuenta de las luchas de poder que allí se representan.

La cultura se ha visto transformada en las últimas décadas por diferentes procesos, de los cuáles nos gustaría destacar dos: la creciente economización de la cultura² y la llamada mundialización de la cultura que propone Renato Ortiz³.

Dentro de este marco nos encontramos que las transformaciones en el ámbito de la cultura se encuentran signadas por creciente espacio ganado por el capital en cuanto a su generación, reproducción y distribución, espacio del cuál se han retirado los estados debido a las crisis hiperinflacionarias de los años '70 y '80, las cuáles generaron grandes recortes al gasto público, los cuáles afectaron de lleno en los presupuestos estatales destinados al ámbito de la cultura⁴.

Es en este contexto donde la visión del individuo como ciudadano se empieza a desdibujar, para dar lugar al surgimiento del “consumidor”, incluso dentro de lo que hace a la visión del propio Estado: quién se encuentra dentro de los ámbitos del consumo es un ciudadano, quien escapa a este, es un marginal.

Por otro lado, en lo que hace al campo privado, el desarrollo a escala de las economías de las industrias culturales y de los medios de comunicación ha acrecentado desigualdades entre países centrales y periféricos, no sólo a nivel económico, sino también a nivel de intercambio simbólico, generando que grandes grupos demográficos se transformen en minorías culturales como plantea Néstor García Canclini (2004): *“La apertura de las fronteras nacionales y la liberación comercial durante los últimos 20 años acumularon evidencias de que la globalización, practicada bajo leyes neoliberales, acentúa la desigualdad preexistente entre países fuertes y débiles, desarrollados y pobres...La desigualdad inicial se vuelve abismo en estos intercambios”*.

² La economización o mercantilización de la cultura presenta a su vez un doble aspecto: por una lado se refiere a la creciente cantidad de herramientas teóricas y metodológicas derivadas de la gestión corporativa empresarial que se aplican cada vez más a la gestión cultural y al nuevo espacio económico que ha ganado las producciones culturales sobre todo a partir del surgimiento y desarrollo de las Industrias Culturales y las recientes Industrias del Ocio y el Entretenimiento. Este tema es tratado por Octavio Getino (2004), la economización de la cultura tiene a su vez un complemento que se encuentra en la “culturización de la economía”, el creciente valor simbólico que se asocia a bienes de consumo básicos.

³ Renato Ortiz propone el uso del término “mundialización” aplicado a la cultura” para dar cuenta de la creciente interacción y desterritorialización que sufre la cultura como producto del desarrollo de los medios de comunicación y las economías a escala de la industrias culturales, dejando el término “globalización” para referirse al sistema financiero y económico.

⁴ Existe con respecto a la cultura una discusión sobre dentro de qué ámbito debe ser encuadrada: si en el ámbito privado o el estatal. Quienes la acotan al ámbito privado basan su postura en que la misma se relaciona con las elecciones y criterios personales, por lo que se vincularía a la libertad individual y al ámbito privado. Por otro lado, están quienes entienden a la cultura como un “derecho” que poseen los ciudadanos, por lo cuál el estado tiene la obligación de velar que se tenga acceso a ella.

En el campo de la cultura esto ha afectado tanto su producción como su consumo a nivel nacional, local e incluso al interior de las comunidades.

En un mundo donde las desigualdades económicas y sociales se acrecientan y polarizan, donde la brecha al uso de las tecnologías digitales y al acceso de la información se agranda, los individuos que se encuentra fuera del sistema de concentración y acumulación capitalista deben buscar formas alternativas a la cultura, pudiendo dar así expresión y curso a su visión y construcción de sentido.

Es en este punto donde llegamos al espacio público y al arte callejero, el primero como lugar de representación y de identificación de la comunidad, el segundo como expresión artística vinculada a procesos artesanales pre industriales⁵ y a un tipo de cultura organizacional específica la cuál se desvincula de procesos racionalistas, desconoce órdenes jerárquicos verticales y autoritarios y valora tipos de producción desestructurados, preferenciando la búsqueda de la originalidad y la transformación permanente⁶. Si bien no nos encontramos en la otra punta de la economía a escala, que sería la producción a pedido o individual, el arte callejero se acerca a una producción que se focaliza más en la expresión del artista más que en la satisfacción de grandes cantidades de público, lo tampoco que no significa que el artista descuide el gusto o no busque la aceptación del público.

El financiamiento “a la gorra”⁷ parecería ser el punto de encuentro entre un público consumidor que en su mayoría se encuentra ajeno al acceso al circuito comercial por su condición económica y su bajos ingresos y artistas que se encuentra a su vez excluidos del mismo sistema debido a que sus producciones no cumplen con las características necesarias para atraer una masa crítica de público que haga su obra

⁵ Este punto cobra relevancia teniendo en cuenta ala llamada “enfermedad del costo” propuesta por Baumol y Bowen, donde se diferencian las producciones económicas en dos sectores: el “arcaico” y el “progresista”, encontrándose este tipo de producción al igual que todas las pertenecientes a las artes performáticas dentro del sector “arcaico”. Esta teoría plantea la dificultad de que el sector arcaico debido a su producción artesanal no puede reducir sus costos en relación al sector progresista, el cuál sí puede hacerlo debido al uso de tecnología en su producción. Ya que la economía mundial crece de acuerdo al sector progresista, el sector arcaico se encuentre desfasado en relación al resto de la economía.

⁶ Estas características saca a las producciones callejeras de los llamados “circuitos comerciales”, donde se buscan productos culturales de amplia aceptación para satisfacer masivamente a grandes públicos y mercados.

⁷ El financiamiento “a la gorra” es un sistema mediante el cual el artista realiza o ejecuta su obra y el público o espectador colabora mediante un pago cuyo valor se encuentra a su criterio, no estipulado por el artista. Los artistas han desarrollado diferentes criterios en base a estudios empiricos y utilizan métodos que desarrollan, aplican y modifican personalmente en cuanto a su uso. En parte este fue el punto inicial de la investigación: la aplicación de técnicas y procedimientos derivados de las experiencias personales de los artistas que se transformaban en acciones de marketing suigeneris.

viable. Es entonces en el ámbito del espacio público, donde consumidores y productores marginados encuentran su “derecho a la cultura”.

PRODUCCION CULTURAL CALLEJERA: LA PLAZA de TODOS en la ciudad de NADIE

Las comunidades han establecido desde sus inicios ciertas relaciones específicas relacionadas con el llamado espacio público. Puede comprenderse el espacio del “hogar” o el espacio habitado por la familia como “espacio privado”, y el espacio destinado a los usos de la comunidad como “espacio público”.

El principal espacio público reconocible de la modernidad es el de circulación⁸, cuyo fin hace principalmente a la interrelación de los espacios privados y los espacios públicos racionalizados.

Estos últimos se encuentran relacionados con los usos sociales y políticos de la comunidad: los espacios religiosos y de culto (los templos, los cementerios, en la antigua Grecia podríamos involucrar el teatro, parte de su herencia a pasado en carácter aureático⁹ al teatro actual), los lugares destinados al poder (organismos, instituciones), los lugares destinados a la reafirmación y continuidad de la sociedad (la escuela, los hospitales). En este punto es inevitable una reflexión sobre cómo parte de estos espacios e instituciones constituyen la llamada “red institucional de secuestro” propuesta por Foucault, M. (1980) donde dicha red tiene tres principales funciones: la de controlar el tiempo de los individuos, la de controlar el cuerpo de los individuos y la de la construcción de un sistema de poder y saber.

La plaza es en sí un espacio público relacionado principalmente con el tiempo de ocio. El espacio de la plaza es anterior a la modernidad y data de la antigüedad, pero la

⁸ De ello da debida cuenta Renato Ortiz(200) en “Benjamín en París”, donde define como elementos claves de la Modernidad la circulación, la fragmentación y lo contingente, como la racionalización, separación y construcción de los espacios de acuerdo a sus usos y funciones.

⁹ El término “aureático” da cuenta de cómo parte de la carga simbólica relacionada con lo sacro es heredada en la modernidad por ciertas actividades artísticas (teatro, música, artes visuales) debido a su vinculación en la antigüedad con las religiones. Burger, P.(1995).

relación con el tiempo de ocio surge como concepto a partir de la modernidad, al diferenciarse claramente el tiempo del trabajo del tiempo del ocio, así como también se diferencian los espacio del trabajo de los espacios privados. Ortiz, Renato (2000:7).

La plaza posee una construcción como espacio de interrelación de la comunidad a diferentes niveles: espacio de expresión, espacio de comercio, espacio de culto, de celebración y festejos, espacio de manifestación del poder (castigo y ajusticiamiento) y en tanto a lo que a hace a la modernidad y su diferenciación y racionalización del tiempo (trabajo y ocio) la plaza se define claramente como un lugar de esparcimiento. Cada uno de estos usos y expresiones se encuentra expresado en forma de rituales o ceremonias¹⁰.

Para Abravanel et al (1992:19), *“contrariamente a los ritos, donde el contenido es esencial, los comportamientos rituales (hábitos y costumbres) se basan en la forma... Los hábitos se basan en los símbolos del estatuto y del poder que confirman los métodos y relaciones en el lugar”*. Por otra parte, se refiere a las ceremonias como *“acontecimientos colectivos que, con ayuda de las costumbres, tradiciones y convenciones, facilitan la expresión emotiva”*, estas ceremonias *“establecen y mantienen la lealtad para con el grupo o la organización fortificando el sentimiento colectivo de pertenencia”*. (ibid:20)

A través del ejercicio de dichos rituales y ceremonias, la comunidad se construye y se reafirma como tal, interrelaciona en la apropiación del territorio que usa y con el cuál se identifica, constituye sus códigos, leyes propias, roles, su integración y sus diferencias, así como contribuye a la construcción de una cosmovisión y un sentido colectivo.

CULTURA y ESPACIO PUBLICO: En la PLAZA hay CIRCO “A LA GORRA”

Por lo antes dicho, la función de la estructura espacial y ritualización del espacio público de la plaza tiene como objetivo la construcción y el anclaje de la comunidad a un territorio.

¹⁰ En este aspecto, nos gustaría traer dos conceptos empleados por Ricardo Santillán Güemes del pueblo guaraní: el ñande reko, que se puede traducir como “nuestro modo de ser”, y el “tekoha”, el lugar donde vivimos nuestras costumbres. La plaza constituye para la comunidad un “tekoha”, un lugar donde la comunidad vive y expresa sus costumbres.

Históricamente el circo, al igual que algunas disciplinas teatrales como la comedia del arte¹¹, se relaciona con el llamado “teatro de caballetes”, el cuál tiene sus inicios en las plazas públicas durante el período del renacimiento. Basan sus actividades en la presentación de una misma obra en diferentes poblaciones, (lo que dio origen a las llamadas “giras”, ya sean teatrales, circenses o musicales) y cuyo financiamiento era “a la gorra”¹².

De esta manera, el artista de la gira se presenta en diversas comunidades que no son su comunidad de origen. Por lo general, los períodos de tiempo que los artistas permanecen son cortos, por lo que no se generan vínculos entre el visitante y la comunidad que lo recibe.

En la actualidad, los artistas callejeros circenses en su mayoría dividen sus actividades en dos períodos de tiempo: una que abarca gran parte del año y durante la cuál realizan sus actividades en su propia ciudad de locación, y otro período, coincidente con la temporada¹³ de receso vacacional de la población dónde llevan sus obras a ciudades o poblaciones turísticas (esto puede darse tanto en el ámbito nacional como internacional, hay artistas que realizan la “temporada” en Europa).

Durante el lapso de la temporada o la gira, el vínculo entre el artista y la comunidad se basa en un intercambio: el artista aporta entretenimiento a la comunidad y la comunidad le aporta un público y un mercado nuevo. En este intercambio, a su vez, existe un capital simbólico (Bourdieu, 1990) de ambas partes que tiene que ver con elementos que mutuamente carecen y que ven reconocidos en el otro: seguridad y vínculos en la población que recibe y aventura y gusto por lo desconocido en el huésped.

A su vez, este mismo capital simbólico es el que crea las tensiones entre ambos: la población ve al artista como un desconocido que no comparte sus códigos organizacionales ni culturales, y del que a su vez desconoce sus costumbres y hábitos y un objeto de desconfianza ante el desconocimiento (el forastero). El artista a su vez vive la misma situación, sólo que encontrándose en una situación de desventaja, ya que la

¹¹ La comedia del arte, surge en el período del renacimiento en paralelo con los producciones teatrales pagadas bajo el mecenazgo de los príncipes y nobles.

¹² Este tipo de financiación le permitía al artista para expresarse con mayor libertad, ya que no debía satisfacer las necesidades, pedidos, gustos o restricciones como ocurría con aquellos que se encontraban bajo la protección económica de la nobleza.

¹³ Los artistas callejeros denominan precisamente a este tipo de actividades “hacer la temporada”.

comunidad, como mayoría y relacionado al territorio es “la dueña” del lugar y el espacio, mientras que él no posee vínculo alguno ni con el espacio, ni con la comunidad, lo que lo coloca en una situación de aislamiento (aún cuándo fuese una compañía).

Estas relaciones poseen diferentes matices, ya que no será igual el trato de una compañía o de un artista cuya organización se encuentre institucionalizada socialmente (compañía de danzas relacionada con otro municipio o con vínculos con el estado, artista reconocido y con una organización profesional en su presentación) a un grupo de artistas callejeros por cuenta propia o, incluso, un artista callejero particular, sin una compañía.

Esta construcción de la comunidad y el forastero, no sólo se da en pueblos o ciudades pequeñas, también se da en la ciudad de Buenos Aires, sólo que la construcción de gran urbe hace que los “forasteros” sean de la misma ciudad, pero diferentes barrios (difícil encontrar que el artista realice su acto en su propio barrio, buscan hacerlo ante desconocidos, explotación comercial fuera de la comunidad de pertenencia).

La relación del artista en el imaginario de las personas se da con la imagen del bohemio (persona que rompe normas sociales establecidas e institucionalizadas, incluso con la propia familia, con el estatus social y económico). Si se profundiza un poco más, la relación del artista circense no sólo se vincula al bohemio, sino al gitano, en tanto población trashumante y desarraigada, y prejuiciosamente relacionada con el criminal o delincuente, entendiéndose este como persona no respetuosa y desconocedora de las leyes de la comunidad que visita (en parte por que el gitano a su vez como comunidad “rodante”, posee sus propias leyes y códigos). En la relación que vincula al artista con la comunidad, sus percepciones y experiencias, se han realizado alguna primeras aproximaciones desde una mirada cualitativa etnográfica, por medio de entrevistas desestructuradas en CABA esperando ampliarlas durante el desarrollo de la investigación definitiva a las ciudades de Mendoza y de Colón de Entre Ríos, para generar algún modo de comparación entre distintos tipos de centros urbanos.

Es en este espacio de intercambio, de búsquedas, de encuentros y tensiones dónde cabe preguntarse qué accionar tiene un actor hasta el momento no nombrado: el Estado.

El Estado regula el espacio público y las relaciones civiles mediante reglamentos, estatutos y permisos. Entendiendo que la relación entre comunidad, artista callejero y público se da en medio de un contexto complejo de desigualdades y asimetrías, dónde se ponen en juego construcciones de identidades colectivas y sentido por parte de comunidades e individuos, cabe preguntarse si dicho rol sólo debe actuarse desde un espacio administrativo y burocrático o si el mismo quizás, debería buscar un accionar mucho más dinámico, participativo y comprometido. En un espacio donde tanto comunidad como artistas comparten espacio, necesidades, miedos y prejuicios, quizás es necesario que el Estado avance un paso más y deje su rol regulador para constituirse en un mediador y catalizador, rol principal de la gestión cultural.

“La gestión, entonces, podría considerarse como ese conjunto de gestos a través de los cuáles llegamos a dar sentido histórico a una forma de ser en el mundo”. Holmos-Santillán Güemes (2004)

Bibliografía

Abravanel et al (1992): *“Cultura organizacional, Aspectos teóricos, prácticos y metodológicos”*. MÉXICO, D.F., MEXICO: [GRIJALBO](#)

Baranchuk, M. (2006): “Mecenazgo Cultural: estado, poder y financiación de las expresiones artísticas”. *UNirevista*, Vol 1, N°3 (julio).

Baumol, W. y W. Bowen (1966): *Performing Arts. The Economic Dilemma*, New York: Twentieth Century Found.

Bourdieu, P. (1990): *Sociología y cultura* (Trad. M. Pou). México: Grijalbo.

Bürger, P. (1995): *Teoría de la vanguardia*, traducción de Jorge García; prólogo de Helio Piñón, Barcelona: Península.

Foucault, M. (1980): *La verdad de las formas jurídicas*, Barcelona: Editorial Gedisa.

García Canclini, N. (2004): *“Diferentes, desiguales y desconectados”*. Barcelona: Editorial Gedisa

García Méndez, Carlos Alberto (2009): “Del Mercado Simbólico Global a las prácticas Culturales no articuladas a las formas de la Globalización”. II Coloquio Binacional Brasil-México de ciencias de la Comunicación. Brasil.

Getino, Octavio (2004): *“La cultura como Capital”*. Ponencia presentada en ANEC, Asamblea Internacional de Economistas que tuvo lugar en La Habana, en febrero de 2004. Visto 9/2012 en <http://octaviogetinocine.blogspot.com.ar/2010/06/la-cultura-como-capital.html>

Olmos, Héctor Ariel y Santillán Güemes, Ricardo (2004): “El gestor cultural, ideas y experiencias para su capacitación”. Buenos Aires: Ediciones CICCUS

Kóster, Pau Rausell(1999): “Poder y Cultura. El origen de las políticas culturales”. En *Políticas y sectores culturales en la comunidad de Valencia*. Tirant lo Blanch Cap. Pa. 1-29. visto 9/2012 en <http://www.uv.es/econcult/pdf/PoderCultura.pdf>

Ortiz, Renato (1991): CULTURA E MODERNIDADE. - San Pablo, Brasil, Brasiliense.

Ortiz Renato (2000): *Modernidad y Espacio: Benjamín en París*. Buenos Aires: Norma

Rapetti, Sandra (2005): *“El problema del financiamiento de la Cultura. Una aproximación a partir del estudio de casos”*. Universidad de la República, Uruguay.

Visto 9/2012 en http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-29922005000200010&lng=es&nrm=is

Santillán Güemes, Ricardo(1999). El Campo de la Cultura. 1997-1998. Documento para las Jornadas de Capacitación en Gestión Cultural de la I.N.A.P. Buenos Aires, Argentina

Thompson, John B. (1998): *“Teoría social en la era de comunicación de masas”*.

Barcelona: Paidós. Visto 9/2012 en <http://es.scribd.com/doc/28772450/Thompson-John-B-Los-media-y-la-modernidad-Una-teoria-de-los-medios-de-comunicacion>

Normativa

Código de contravención de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ley 1.472. Año 2004.

