

Contenido

MINISTERIO DE
CULTURA
MC 099102
11 11111111111111111111 1 1111

A Contratempo	Festivales, congresos y encuentros. ¿Otro negocio más? <i>Carlos Miñana B.</i>	1
Enfoques y problemas	El Diccionario de Música Española e Hispanoamericana. Un proyecto discriminatorio Entrevista de "Da Capo" a <i>Egberto Bermúdez</i>	5
Ludomusitca	Desarrollo del niño y música. Cultura embera-chami de Cristianía (Jardín, Antioquia) <i>Maria Eugenia Londoño F.</i>	13
Historia y sociedad	El merengue cundiboyacense. Orígenes, transformaciones y contextos <i>Elizabeth Muñoz Nájuez</i>	23
Para danzar mejor	Danzateatro. Segunda y última parte <i>Eugenio Barba</i>	37
Para sonar mejor	Una escuela de bandola. Segunda y última parte <i>Jairo Rincón Gómez</i>	53
Experiencias y propuestas	Los Victoriosos, una propuesta de trabajo gerontológico-cultural. Segun- da y última parte. <i>José Antonio Durán Acosta</i>	67
Páginas que suenan	Limelight (Candlejeas) (1953) <i>Charles Chaplin</i> , arreglo de <i>Thomas Beckmann</i> (1989), comentario de <i>Carmelita Millán</i>	75
Música balle y fiesta	El hoy de una tradición. Los festivales de gaita en la costa atlántica colombiana. <i>Lucía Esperanza Garzón</i>	83
Danzantes y musicantes	Jesús Bermúdez Silva (1884-1969). Cronología y obra <i>Susana Friedman</i> , Grupo Proyección Foldórica. Casa de la Cultura (Barrancabermeja) <i>Carlos Alberto Vásquez R.</i>	91 97
Música, danza y espectáculo	Artes escénicas: la profesión y la libertad de expresión <i>Ciro Gómez Acevedo</i>	103
Humor	Por <i>Alejandro Salazar</i> (Bolivia)	
Direccionario		
Publicaciones y grabaciones		
A Contratempo		
Notas a tiempo y A Contratempo		
Fototeca	Fotografías de <i>Catalina Cerón</i>	

A CONTRATIEMPO

FESTIVALES, CONGRESOS Y ENCUENTROS

¿Otro negocio más?

Carlos Miñana,
Director de AC

En una sociedad de mercado como la nuestra y como la de los países donde predomina la economía de mercado existe la tendencia inexorable de convertir todo en mercancía. En el campo del arte y de la cultura primero le tocó a las obras. Ahora le toca a los festivales, los foros, los congresos y los encuentros.

Tradicionalmente se había pensado que un festival o un congreso era cualquier cosa menos un negocio. Se suponía que un foro tenía un interés cultural y que producía beneficios simbólicos y comunicativos para la comunidad científica o cultural pero que daba pérdidas económicas a los organizadores. Por esta razón estos eventos eran patrocinados por mecenas, alcaldías o instituciones con intereses no lucrativos.

Actualmente todo está cambiando. Organizar un congreso, un festival o un encuentro se ha convertido en un negocio lucrativo como cualquier otro que se maneja de acuerdo a las leyes del mercado y con los criterios del marketing. Existen ya en nuestro país empresas especializadas en esta tarea. Se invierten sumas astronómicas en publicidad, se invitan a dos o tres "vacas sagradas", "figuras internacionales" o "personajes" o grupos de moda que son el señuelo para "atraer", no a los "participantes" sino a las "inscripciones" o a los "consumidores".



Año 4 Número 7
octubre de 1990

A CONTRATIEMPO. Música y Danza es una revista cultural editada por Dimensión Educativa en Bogotá (Colombia) con el apoyo de todos nuestros lectores y colaboradores.

Licencia del Ministerio de Gobierno N° 4374 de 1988

ISSN N° 0121-2362

Dirección General: Carlos Miñana Blasco (91)2354312 y 2457745. A.A. 75376 Bogotá.

Coordinación área de danzas: César Monroy Bocanegra (91)2670777

Coordinación área de música: C. Miñana

Arte e impresión: Dimensión Educativa

Partituras: Notación

Carátula: Alberto Puentes
Proyecto gráfico: Carlos J. Ramírez

Diagramación: J. Santa

Para abaratar los costos y maximizar los beneficios se vende todo a los patrocinadores comerciales o institucionales: las carpetas son financiadas por tal empresa relacionada con los negocios colaterales al tema tratado, la comida o los cocteles por tal otra, los lápices por tal otra, el alquiler de los salones por la de más allá, las memorias las publica tal editorial... En los festivales populares las empresas de comidas rápidas, de gaseosas y bebidas alcohólicas se pelean la exclusividad...

No estamos negando el hecho de que se busque la autofinanciación de los eventos. Estamos señalando el peligro que encierra la comercialización y el cambio de sentido y de objetivos. Los criterios e intenciones culturales, artísticos o científicos ceden ante los criterios e intenciones lucrativos. Los promotores culturales estamos cediendo nuestra autonomía a los mercaderes pues son ellos los que están en últimas decidiendo los temas "que venden", los invitados "que venden", las formas de organización y de participación "rentables"...

Es lamentable, pero incluso eventos que han luchado conscientemente durante años para ser autónomos de los intereses comerciales, como es el caso del Carnaval de Fiosucio, están empezando a perder la batalla. Los congresos y encuentros poco a poco van perdiendo su nivel teórico y de confrontación y se convierten en maratónicas lecturas de ponencias donde se valora más todo lo que sucede por fuera del evento: el certificado de asistencia, el "roce" social con grandes personalidades de la profesión, la contribución y la creación de "imagen", la publicidad y el engrosamiento de la hoja de vida.

Es paradójico el hecho de que en eventos internacionales, por ejemplo, se sub- o des-aproveche el gran esfuerzo económico que supone para nuestra devaluada economía reunir grupos u personas de otras regiones y de otros países y no se establezcan espacios reales, profundos, productivos de diálogo y confrontación necesarios para el desarrollo y la capacitación de la comunidad artística o científica nacional. Los invitados internacionales se utilizan para vender el evento, para hacerlo rentable, para crear impacto de opinión y publicidad con cocteles y entrevistas, pero se desaprovecha su nivel artístico o intelectual.

MINISTERIO DE CULTURA
CENTRO DE DOCUMENTACIÓN MUSICAL

Nº. TOP: Rev. 0007 (Ejempl)
Nº. Acceso:
Fecha: Nov 16/2013
Forma. Adq: P/ Colección
MFN: 0007

No todo es así, obviamente, pero si no hacemos esfuerzos serios y coordinados por valorar y hacer valorar estos espacios de confrontación, de comunicación, de fiesta y de participación por lo que son y no por lo que producen en términos económicos, pronto lo será.

Las opiniones expresadas en los artículos firmados pueden no ser compartidas por la dirección, quien, sin embargo, asume los textos no firmados (salvo error y omisión).

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta revista sin la autorización expresa de sus autores o de la editorial.

CORRESPONSALES Y DISTRIBUIDORES

ARMENIA

José María Serna
(967)431442

BOGOTA

César Monroy
(91)2670777
Carlos Miñana
(91)2354312

FLORENCIA

Gonzalo Ramos P.
Escuela de Danzas

IBAGUE

Carmelita Millán
Juventudes Musicales
(982)633479

MEDELLIN

Carlos A. Estrada
(94)2639909

NEIVA

Guillermo Sánchez
(9887) 46195

PEREIRA

Farith Lozano
(961)48565

POPAYAN

Graciela Jaramillo
(9282)33431
Elizabeth Muñoz
(9282)32156

SANTA MARTA

Ibsen Díaz
(956)32262

TUNJA

Efraín Franco
(987)422143

Suscripciones, distribución y publicidad Dimensión Educativa Calle 41 Nº 13-41
A.A. 17574 Tels: (91) 2453146 y (91) 2457745 Bogotá (Colombia)

Silencio

*Danza
sin
pelos
en
la
lengua*

Yezid Dario Acosta Rivera
Bogotá
Del libro inédito *Palabranza*