



Enfoques y problemas

SECRETARÍA DE
COORDINACIÓN DE
OCUPACIONES MUSICALES
COLECCIÓN DE
CULTURA

Germán Rojas Garavito

La cultura

Un permanente quehacer creativo

Germán Rojas es sociólogo, especialista en Administración Cultural; actualmente Jefe de Programas Recreativos y Culturales del Departamento Administrativo del Servicio Civil en Bogotá.

El hombre, inmerso en la cotidianidad, no ha acertado a darle un cabal significado a su quehacer, toda vez que sus acciones se enmarcan en un diario contacto con las circunstancias rutinarias. La falta de búsqueda y de profundización sobre temas fundamentales y el conformismo con los conceptos alguna vez oídos y nunca cuestionados han producido en la generalidad de la población una falsa concepción del quehacer cultural a cuyo afianzamiento contribuye la carencia de políticas estatales sobre la materia. La interrelación existente entre las actividades humanas y su correspondencia con la cultura ameritan una reflexión que dilucide el cabal significado de su entorno.

Bajo el nombre de cultura se colocan realidades muy diversas. Hay una ma-

nera de entenderla como educación, refinamiento, información vasta, cúmulo de conocimientos y aptitudes intelectuales y estéticas que se adquieren individualmente¹. Se le considera como un bien adquirido en proporción directa al estrato social, en tanto oportunidad de acceso a servicios y beneficios culturales. Cultura ha sido definida como ejercicio de la práctica artística o como asistencia a espectáculos y eventos programados para las "bellas artes", como folklore o como "buenas maneras" y con relación, además, a algunos otros conceptos que, como los anteriores, resultan parciales unas veces e incompletos otras².

La oposición antropológica entre cultura y civilización presenta el viejo divorcio conceptual entre lo espiritual y lo material a más del prejuicio dualista que concibe la acción humana.

1 GARCIA CANCLINI, Néstor: *Cultura y Sociedad: una introducción*, en: Plan de Actividades culturales de apoyo a la educación primaria - PACAEP, Módulo Social, Secretaría de Educación Pública - Dirección General de Promoción Cultural, México, s.f., p. 19.

2 ROJAS GARAVITO, Germán: *Aproximación conceptual sobre el bienestar social*, Departamento Administrativo del Servicio Civil, Documento interno, Bogotá, 1985, p. 10.

Operacionalmente, también se han opuesto las llamadas actividades culturales con las actividades recreativas o con las actividades deportivas en una disímil concepción que cree avanzar mucho al considerar la cultura como una parte —a veces ni siquiera prioritaria— de la llamada “promoción individual” del hombre.

De ahí deriva la prepotencia de la gestión estatal: sus representantes deciden desde el escritorio las necesidades en materia cultural de la población y programan por tanto actividades consecuentes con el espectáculo, con la falta de apoyo a la creatividad y con la elitización en el acceso a los servicios culturales, basados en el carácter adjetivo de su propio concepto de cultura que, en el mejor de los casos, reproduce la vieja política romana de “pan y circo”. Por lo cual, no es nuevo afirmar —aparte de las discusiones sobre la implicación de los modelos de desarrollo— la pérdida para la identidad cultural de la batalla contra la dependencia, la penetración y la mediatización, acciones promovidas por los medios masivos de información y apoyadas por la publicidad. La generación de nuevas necesidades y el cambio de los patrones de consumo y de los valores existentes hasta ahora dan cuenta del triunfo aparente de la producción cultural propia sobre la no propia. Allí no hay posibilidad de implementar un trabajo cultural que se apropie críticamente de los mejores productos culturales para lograr objetivos comunes³.

APROXIMACION AL CONCEPTO

Algunos parámetros pueden ayudar a establecer la delimitación y alcance del concepto de cultura. Se ha dicho que cultura es el mundo creado por el hombre y que su referencia está preci-

samente en la acción humana, en tanto acción social. El hombre produce bienes culturales: elementos materiales, objetos, formas y acciones que le sirven para acumular, conservar, transmitir y acrecentar la experiencia cultural que se convierte en patrimonio de la colectividad productora. Este patrimonio se da a conocer mediante la expresión de la producción cultural: por ello la cultura es un proceso de comunicación, originado, en tanto creación, al interior de un específico entorno histórico, socio-económico y político.

Lo anterior ubica a la cultura como la producción de fenómenos que colaboran en la reproducción o transformación del sistema social. Y “no sólo representa la sociedad; también cumple, dentro de las necesidades de producción de sentido, la función de reelaborar las estructuras sociales e imaginar nuevas. Además de representar las relaciones de producción, contribuye a reproducirlas, transformarlas e inventar otras”⁴. La cultura como proceso de comunicación corresponde a la expresión que el hombre hace de su producto cultural; el medio para su transmisión forma un lenguaje: por ello también se afirma que la cultura es un sistema de códigos socialmente compartidos.

No obstante, el mismo hecho de aseverar que la cultura se produce significa que no solamente es expresión, creación o representación sino —principalmente— un proceso social de producción. En efecto, “la producción cultural surge de las necesidades de un sistema social y está determinada por él”⁵ y en ese sentido corresponde a ella satisfacer esas necesidades. Inicia entonces el hombre una labor fundamental: transformar por medio de su trabajo los elementos naturales que

3 GARCIA CANCLINI, Néstor: *Las políticas culturales en América Latina*, en: *A Contratiempo* No. 2. Octubre de 1987, Bogotá, pp. 3-17.

4 GARCIA CANCLINI, Néstor: *Cultura y Sociedad: una introducción*, p. 29.

5 Idem, p. 31.



Fotografía de Jairo Santa

tiene a la mano y los sociales que ha creado colectivamente para cubrir su cotidiano requerimiento. Es un proceso que se genera dentro del contexto socio-económico, histórico y político en el que el grupo social se halla inmerso y que por tanto presenta alternativas extraídas de la propia realidad y destinadas a su transformación. Son los productos culturales resultado de un proceso sui géneris, como que corresponde a una específica forma del trabajo productivo: la que ha sido determinada por las condiciones del contexto social. A través del tiempo, esa forma sui generis va conformando el acervo cultural que identifica a sus potagónistas-poseedores, ésto es, va generando la identidad cultural de cada pueblo. Y es en la medida de la

correspondencia del proceso productivo con la implementación de la satisfacción de las necesidades sociales que se halla la fuerza y profundidad de la identidad cultural.

Por éso, la debilidad que pueda presentarse en cualquiera de los pasos del proceso da inmediatamente lugar a la mediatización. La mediatización lleva a la des-identificación del hombre con su acervo cultural. Las creaciones populares no son siempre valoradas en su justa significación y por ello pueden deformarse por intermedio de los llamados 'rescatadores', quienes buscan únicamente su comercialización, tratan el producto cultural como una mercancía y se convierten en fabricantes de la axiología cultural. Por el con-

trario, la realidad socio-económica, histórica y política del entorno está reflejada en el proceso de producción de los bienes culturales que genera las alternativas de acción que van a reproducir, reformular y transformar la propia estructura social.

Sin embargo, los sistemas sociales no sólo se mantienen produciendo: la cultura cumple el papel de instrumento clave para la reproducción, "mediante un proceso complejo en el cual ella misma debe reproducirse"⁶.

EL QUEHACER CREATIVO

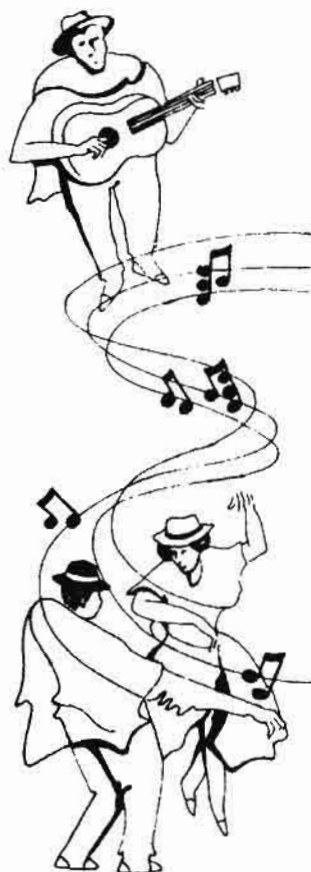
La cultura presenta al hombre un panorama diferente, un camino para producir expresiones creativas que están latentes al interior del individuo y del conglomerado social. "Esas expresiones, manifestaciones, productos y mensajes hechos actividad y quehacer permanentes pueden dar un vuelco a la concepción rutinaria que hasta el momento impera en la cotidianidad humana"⁷. Allí tiene cabida entonces un proceso paralelo, condición sine qua non del quehacer cultural: el fenómeno recreativo.

Infortunadamente, también ha sido víctima el concepto de re-creación de una serie de falacias que lo ubican sólo como una actividad repetitiva o lo identifican con momentos que tienen la connotación de diversión, placer y gozo. No falta la inmersión en la sociedad de consumo y, entonces, el fenómeno re-creativo es una mercancía puesta al servicio —mejor, al perjuicio— del hombre o, también, el señalamiento demagógico de considerar la re-creación como la panacea terapéutica de todos los males que necesitan terapia. Y lo que es peor, "la recreación (...) es presentada bajo la concepción de actividad que permite que el

hombre vuelva a ser creado, re-creado, después del trabajo, para volver a trabajar en un trabajo que no lo crea sino lo destruye"⁸. Son a todas luces contrarias al concepto de cultura estas acepciones del proceso re-creativo.

Pero, "la capacidad creadora del hombre está identificada plenamente con sus posibilidades productivas. El hombre produce bienes culturales para la satisfacción de sus necesidades de todo orden y en esa medida construye su entorno cultural. En ese proceso de producción necesariamente se va a presentar la posibilidad de reproducir bienes, ésto es, de volver a producir-

- 8 RODRIGUEZ GOMEZ, Juan Camilo: *Tiempo y ocio: crítica de la economía del trabajo*, Tesis de Grado — Universidad Externado de Colombia - Facultad de Economía, Bogotá, 1984, p. 141.



6 Idem, p. 35.

7 ROJAS GARAVITO, Germán: Op. Cit., p. 14.

los, porque las condiciones y circunstancias del quehacer socio-cultural, económico y político así lo requieren. Entonces, el hombre re-produce los bienes: no consiste ésto en generar un círculo vicioso productivo, es decir, en volver a producir lo ya elaborado con iguales características; es tomar el producto elaborado y transformarlo de nuevo para que, adecuado a las nuevas condiciones, circunstancias y requerimientos genere la satisfacción de necesidades que justifica su existencia.

“En ese quehacer, el hombre inicialmente ha creado un producto y luego lo ha re-creado. Entonces la re-creación conlleva esa identificación con el proceso cultural que impide que se le desligue de él. Re-crear significa realizar un proceso de transformación que sólo el hombre, por su capacidad creadora, puede acometer para su beneficio. Por ello, no es un reemplazamiento (...) es un proceso vital: continuamente el hombre está creando y re-creando; en ese trabajo cultural y por él, el hombre se enriquece y enriquece su entorno”⁹.

El proceso productivo que genera como resultado la cultura es un permanente quehacer creativo en todas sus instancias. La sociedad, atenta a su avance, está en la posibilidad y en la

9 ROJAS GARAVITO, Germán: *Cultura Recreacional y Educación*, Fundación Universitaria “Luis Amigó”, Bogotá, 1987, (Mimeografiado).

imperiosa necesidad de re-producir, reformular y transformar sus estructuras, ante la avalancha de dominaciones y entrecruzamientos culturales que la asedian a cada instante. Su arma, el afianzamiento de la identidad cultural por la generación del quehacer creativo; su peligro, la idealización romántica de las formas culturales que —como el folklore o la artesanía— pierden su verdadero significado ante la única opción de espectáculo o de comercialización y se convierten en fácil vía de acceso para la mediatización y, por tanto, para la des-identificación. En otras palabras, la debilidad al acometer el trabajo cultural sin el elemento creativo constante es la forma de generar un desajuste serio en el proceso de la producción cultural. Todas las manifestaciones culturales han de estar atentas a ser creación antes que manifestación, a re-producir la identidad cultural y a constituirse en la base del proceso re-constructor de las estructuras socio-económicas y políticas.

El desarrollo de la cultura es un fenómeno que implica la apropiación del acervo cultural, su permanente creación y su identificación como razón de ser del trabajo generado al interior del proceso productivo. El patrimonio histórico de una sociedad así considerado bien puede construirse en la decidida oposición a la dominación interna y foránea y a la imposición de modelos no propios, como quiera que afianza una forma de ser, de pensar y de actuar. Es el anhelo de vivir la propia vida, creada y re-creada en la cotidianidad del quehacer cultural.