

posibilidad de relación. Algunos subgrupos relacionados por comunidades geográficas (ciudades, localidades, etc.) también pueden acceder a la gran red pero de manera inalámbrica, los cual les imprime más libertad en sus estilos de vida.

Aunque los nuevos medios los subyugan ofreciéndoles postergar el contacto físico con encuentros virtuales, estos individuos son concientes de este hecho y prefieren reemplazar a la tecnología por una red de relaciones absolutamente tradicional: la reunión o salida con amigos. Las largas horas de sedentarismo frente a la pantalla, la ausencia de ejercicio físico o una mínima cantidad del mismo, la alimentación poco equilibrada, son una mala nota para este estilo de vida. Estos individuos quieren vivenciar nuevos emprendimientos, quieren "hacer", buscan prolongar esa experiencia en mundos virtuales que se proyectan por detrás de la pantalla de la computadora; quieren interactuar, quieren ver proyectados sus alter-egos dentro de esos mundos y esos no les provoca ningún tipo de dualidad o incertidumbre.

Y, por sobre todo lo demás, tienen una gran necesidad de expresarse, de comunicar y de consumir lo que otros expresan, anteponiendo sus propias reglas a lo que leen, a lo que consumen, descartando filtros o preconfiguraciones ajenas, yendo a las fuentes.

Estos individuos, podemos llamarlos usuarios o *prosumidores*, término acuñado por Fernando Barbella (Director Creativo de OgilvyInteractive worldwide), están viviendo como la red se transforma en una extensión de los medios tradicionales, al igual que estos fueron una extensión de los sentidos según la teoría de Marshal McLuhan.

Un *prosumidor* es un "consumidor-productor", es decir: un espectador de TV o cine, un lector de diarios, un hombre parado en la cola de un banco, delante de un cajero electrónico, en un local de revelado fotográfico, en un kiosco de revistas, son ejemplos de "consumidores" o "usuarios" tradicionales. El *prosumidor* además de acceder a todos esos servicios puede ser un asesor financiero, organizar grupos de trabajo, escribir artículos periodísticos, dirigir películas de cine o generar material para radio; es decir que puede estar de un lado y del otro de la cadena de producción-consumo.

Un contexto tecnológico de interconexión casi omnipotente que potencia la presencia de los usuarios en el medio digital de manera permanente, y otro social que propicia el uso, acceso y dependencia de lo tecnológico como una parte fundamental de la vida cotidiana de los individuos; Las redes sociales, en definitiva, son conformadas por las relaciones que estos nuevos o desconocidos usuarios establecen en ellas. Este es el panorama actual, aquí se define el *target* y todos los parámetros que componen al *prosumidor*, alguien que está generando demanda pero que al mismo tiempo tiene la capacidad de elaborar ofertas.

La fábrica cultural, otra forma de producción simbólica

Andrea De Felice

Entre fines de la década de 1990 y principios de 2000 una gran cantidad de empresas fueron recuperadas por sus trabajadores con el objetivo de defender sus fuentes de trabajo y mantenerlas en funcionamiento. Este fenómeno de las empresas recuperadas abarca alrededor de 180 unidades productivas en todo el país y se inscribe en un contexto de creciente precarización laboral, desocupación y cierre de empresas, donde miles de trabajadores asalariados perdieron masivamente sus puestos de trabajo. Se transformaron en uno de los segmentos más vulnerables de la población, sufrieron procesos de desafiliación, es decir que -en términos de Robert Castel (1994)- no sólo implicaron la pérdida del trabajo, de un ingreso y la liberación de su tiempo, sino que la cuestión se complejizó más porque perdieron su lugar en una red de vínculos sociales de diverso tipo. Es en este escenario donde emergieron un conjunto de procesos sociales y alternativas colectivas de gestión como estrategias de lucha y resistencia impulsadas por los propios trabajadores con el fin de mantener sus fuentes de trabajo y recuperar esa fragilidad del entorno y los soportes relacionales que aseguraran su inserción social.

Si bien disparador de este fenómeno y el leit motiv se centró en la recuperación del trabajo, como una de las principales vías de la configuración de la identidad, también emergieron dinámicas de acción asociadas a la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos antes impensadas, que resignificaron el espacio de la "fábrica" como tal, en donde cultura, arte y producción de bienes materiales confluyen en un mismo lugar. Este trabajo tiene por objetivo realizar un análisis crítico sobre las modalidades de gestión de los "centros culturales de las empresas recuperadas" por los trabajadores, que están funcionando en las instalaciones de las fábricas en la Ciudad de Buenos Aires. En particular, los casos que se abordarán aquí son centros culturales de las gráficas Cooperativa Chilavert Artes Gráficas y la Cooperativa de Trabajo Gráfica Patricios Limitada (ex Conforti) y se hará referencia al pionero de estos espacios: el Centro Cultural de Industrias Metalúrgicas y Plásticas Argentina Cooperativa Limitada (IMPA).

Las experiencias dentro de la fábrica y las vivencias compartidas tienen las marcas de un momento histórico particular que, además de cuestionar derechos instituidos como el de la propiedad privada vislumbraron la posibilidad de desarrollar transformaciones en la estructura social, sobreponiéndose a la marginación, al avance de la pobreza, al retroceso cultural y a la invisibilidad. En estos procesos de cambio subyace la posibilidad de que los sectores populares logren cambios que mejoren, en algún sentido, sus condiciones laborales y sociales en general. Es necesario comprender el papel de la cultura en el fortalecimiento de los lazos sociales, como una dimensión dinámica que otorga sentido y pertenencia a los trabajadores y la comunidad. "Este proceso de inclusión / exclusión a escala planetaria está convirtiendo a la cultura en espacio estratégico de emergencia

de las tensiones que desgarran y recomponen el “estar juntos”, los nuevos sentidos que adquiere el lazo social, y también como lugar de anudamiento e hibridación de todas sus manifestaciones: políticas, religiosas, étnicas, estéticas, sociales y sexuales”.¹

El abordaje metodológico de esta investigación se basa principalmente en instrumentos de recolección de información, análisis e interpretación dentro del campo cualitativo. Se efectuaron entrevistas en profundidad y observación de campo en las fábricas para reconstruir el sentido que los actores otorgan a sus prácticas, conocer las transformaciones del espacio y el funcionamiento de los centros culturales.

Explorar lo social

La cuestión cultural adquiere una dimensión fundamental en las sociedades contemporáneas, la cultura se filtra, gana espacios y se reproduce en el tejido social, gestando nuevos movimientos y dinámicas de consumos culturales. Desde esta perspectiva se generan políticas inclusivas para quienes se encuentran en zonas de mayor vulnerabilidad social. Se entiende la cultura como un terreno de disputas, conflictos, negociaciones y relaciones de poder generadas por estas nuevas alternativas de gestión. Los grupos de trabajadores de las empresas recuperadas ponen de manifiesto reivindicaciones que trascienden el plano económico-político. Nuevos escenarios demuestran que el centro y la periferia conviven, cada uno con sus prácticas, circuitos, sus espacios, actores, consumos y formas de gestionar la cultura, donde se evidencian sus inquietudes y búsquedas en el terreno de lo intangible. Las experiencias simbólicas también son posibles en la fábrica, se generan intercambios desde otro ámbito, fluye la comunicación horizontal, se acentúa la corporalidad, acciones que derivan de prácticas culturales que conviven con la producción de bienes materiales tradicionales. Por eso, estas formas alternativas de gestión adquieren “visibilidad simbólica”, re-significan los derechos culturales de los ciudadanos y promueven emprendimientos comunitarios.

Hay distintas definiciones de industrias culturales, industrias creativas o industrias de contenido, sin embargo, todas ellas conjugan la creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural. Las industrias culturales construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo, a la vez que son esenciales para promover y difundir la diversidad cultural y contribuyen a democratizar el acceso a la cultura. Los centros culturales aquí analizados no persiguen fines comerciales o la rentabilidad absoluta, sino que son parte de un proyecto político, por ello son netamente diferentes a las producciones culturales del circuito hegemónico. Pero la escasez de recursos económicos atenta contra su desarrollo y su gestión también se ve frenada por la imposibilidad de encarar proyectos que requieran inversiones de cualquier índole. Las incipientes acciones de gestión cultural requieren de apoyo del Estado, a través de créditos por ejemplo, que permitan financiar la compra de mobiliario y tecnología, es responsabilidad de la gestión pública definir políticas tendientes a promover y

facilitar proyectos sociales y emprendimientos comunitarios que diversifiquen el campo cultural.

Un concepto que conviene definir es el de interculturalidad, en términos de Néstor García Canclini: “implica que los diferentes son lo que son las relaciones de negociación, conflicto y préstamos recíprocos”; en tanto que multiculturalidad “supone la aceptación de lo heterogéneo”², es decir que la abundancia de opciones simbólicas fomentan enriquecimientos y fusiones, innovaciones de estilos, tomando préstamos de muchas partes.

Una tarea compleja es desentrañar la noción de “cultura”, un campo por demás vasto y complejo, además de ser un término polisémico por excelencia. Algunos autores –como Arjun Appadurai y James Clifford (1996; 1995) – prefieren hablar de lo cultural como adjetivo – para evitar cosificar la cultura–, considerándolo un sistema de relaciones de sentido porque identifica “diferencias, contrastes y comparaciones”³. Bourdieu acotaría que la cultura está plagada de relaciones de sentido, es un mundo de significaciones que organiza la vida social y sus diferencias, y contribuye a la reproducción social. Alejandro Grimson⁴ hace un aporte interesante al asociar lo cultural al proceso político, como los modos en que los actores se enfrentan, se alían o negocian, cómo estos grupos comparten imaginarios y cómo gestionan las relaciones con los otros. En la actualidad lo cultural oscila entre la concepción uni-versal de la cultura otorgado por la modernidad –la cultura accesible a todos– y la postura neoliberal acorde a las exigencias del mercado –como bienes simbólicos a los cuáles sólo algunos pueden acceder–.

Otros autores, entre ellos Néstor García Canclini, sostienen que la cultura abarca el complejo conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social⁵. En otras palabras, esto conlleva a tomar en cuenta las formas de interacción y rechazo, de aprecio o diferencias que surgen en torno a la apropiación de estas instancias simbólicas. La cultura es una dimensión constitutiva de las interacciones cotidianas dado que en todas las acciones y prácticas intervienen procesos de significación. Al existir condiciones de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, se ponen en juego luchas por su campo cultural, postula el sociólogo francés Pierre Bourdieu: “Todo acto cultural, creación o consumo, encierra la afirmación implícita del derecho de expresarse legítimamente, y por ello compromete la posición del sujeto en el campo intelectual y el tipo de legitimidad que se atribuye”⁶.

Un planteo que resulta apropiado para el objeto de este estudio es la conceptualización de cultura como dramatización eufemizada de los conflictos sociales que propone García Canclini (2004). Esta perspectiva alude a incluir las formas de eufemización de los conflictos sociales como dramatización simbólica de aquello que les estaba sucediendo a esta masa de trabajadores que buscaban estrategias alternativas de gestión para recuperar sus fuentes de trabajo y no quedar excluidos del sistema. Esta vertiente ha sido trabajada por Bertold Bretsch, Walter Benjamín y otros pensadores en el campo del teatro y la representación, y se relaciona

con la cultura como una instancia donde se ponen en juego luchas de poder, más o menos disimuladas o sea, la configuración de la cultura política y de la legitimidad, en busca del consenso.

Para la UNESCO, la cultura reúne el conjunto de interacciones del individuo con su entorno; cultura es el “conjunto de modas y condiciones de vida de una colectividad sobre la base del sustrato común de tradiciones y saberes, así como las distintas formas de expresión y de realización del individuo en el seno de la sociedad”⁷. En la Conferencia mundial sobre políticas culturales celebrada en México (1982) se pone énfasis en la idea de “culturas”, en reemplazo de una cultura singular, en defensa de la democracia cultural.

Las prácticas y las actividades desarrolladas en estos centros culturales son constitutivas del desarrollo de las culturas subordinadas, sirven como soporte del movimiento político que encarnan las empresas y fábricas recuperadas por sus trabajadores, enfrenándose así al poder hegemónico. En esta instancia, es pertinente hacer una referencia sobre los derechos culturales constitutivos del umbral de ciudadanía que, en general, remiten al desarrollo de potencialidades personales y el respeto por las diferencias de cada grupo. “Protección del idioma, la historia y la tierra propia”, así versa el estudio de Cepal y del Instituto Interamericano de Derechos Humanos, donde la noción toma en cuenta también “la participación en la industria cultural y en las comunicaciones”⁸. Según la concepción de Pierre Bourdieu, los sectores subalternos resemantizan los bienes simbólicos de la cultura hegemónica de acuerdo con sus intereses, además de sus producciones alternativas. De modo que cada producto cultural lleva implícito un valor simbólico y emocional distinto para cada individuo o comunidad cultural.

IMPA: La experiencia pionera

IMPA es una de las empresas recuperadas del ramo metalúrgico, dedicada procesamiento y comercialización de aluminio en sus fases de fundición, laminación, extrusión e impresión. Está ubicada en el barrio de Almagro, donde funciona el primer centro cultural – IMPA Ciudad Cultural– de estas características en la Ciudad de Buenos Aires. Desde mayo de 1998 se transformó en una empresa recuperada, cuando un grupo de trabajadores de la cooperativa se hizo cargo de la gestión y dirección de la fábrica, tras una situación nada alentadora, la cadena productiva casi paralizada, una deuda millonaria y un concurso preventivo de acreedores que atentaba contra la destrucción total de la fuerza laboral. Un año más tarde, en 1999, se esbozó el proyecto cultural con representantes y artistas de distintos sectores sociales, quienes organizaron una obra de teatro como modalidad de apoyo y difusión del conflicto.

El grupo inicial que conformaba el Centro Cultural era heterogéneo, había generado alta convocatoria y el grado de participación de los integrantes la toma de decisiones era significativo. Desde sus inicios se pensó en resignificar la fábrica como un espacio abierto, de discusión horizontal y de debate continuo. IMPA Ciudad Cultural apoyó y acompañó la toma de toma de la fábrica, como acción política de resistencia impulsada

por los trabajadores para recuperar sus fuentes de trabajo. El centro cultural abierto a la comunidad sumó convocatoria de públicos ajenos al movimiento de recuperación de empresas, quienes sintieron curiosidad o se vieron movilizados por la oferta cultural que proponía. Ambos, fábrica y centro cultural, conformaban un mismo proyecto político-productivo que ganaba visibilidad social y servía de puente o contención a las demandas de los trabajadores. Las dinámicas de interacción y comunicación directa con los trabajadores de la fábrica y la vinculación con la experiencia política reforzó la identidad de los actores sociales, en un continuo proceso de desarrollo y negociación. Desde este punto de vista, en los repertorios de acción de los trabajadores –tomas de fábricas, acampes, cortes de calles– y en la lucha por su re-inserción se jugaron también espacios simbólicos de apropiación para resistir los embates del capitalismo. El programa cultural reunía diversidad de talleres, organizados por áreas: plástica, teatro, movimiento, música y pensamiento, a cargo de representantes del Centro Cultural y de otros artistas que encontraron en IMPA un lugar para expresar su arte. Además de los talleres permanentes, en este multi-espacio fabril-cultural había exposiciones, obras de teatro, encuentros musicales, presentaciones de libros y películas. Todas estas prácticas se desarrollaban en los pisos superiores de la fábrica, es decir que para participar se requería transitar el área productiva, y de alguna manera interactuar con la realidad fabril, como si se tratara de “observación participante”: Los obreros trabajando con hornos de fundición y altas temperaturas, pasando por todas las etapas del circuito productivo del aluminio.

Actores y estrategias

Las lógicas de interacción con el contexto son variables. En general, dependen de la intensidad del conflicto registrado en cada una de estas experiencias y del sector productivo; sin embargo, en el fenómeno de recuperación de empresas el mayor intercambio entre movimientos sociales y la necesidad de apoyo se concentran en los momentos iniciales del conflicto. Y produce también, cambios en la construcción de la subjetividad y una resignificación de la cuestión social de los trabajadores, porque abandonan los viejos modos y lógicas de gestión de lo social. La ocupación de fábricas supone una transformación para los actores que desconocían la trayectoria de la lucha, de su condición como asalariados y de las prácticas cotidianas. En estas experiencias no hubo aprendizajes formales, sólo el conflicto y la lucha mediaron entre los trabajadores y el nuevo rol colectivo de gestión que debieron asumir para dirigir la empresa. La consigas políticas tales como “Ocupar, resistir y producir” y “toda empresa que cierra hay que ponerla a producir” fueron factores que solaparon la heterogeneidad, sin embargo, el funcionamiento ya vislumbrada fisuras en el movimiento, con distintas políticas de articulación e intereses político-ideológicos. Estas cuestiones daban cuenta que tanto la interpretación del movimiento de empresas recuperadas como el movimiento social estaba en permanente proceso de redefinición y construcción.

En IMPA la idea de centro cultural como paraguas

político de la cooperativa se esboza como el discurso nuclear. Se trataba de una vía para recomponer los lazos sociales frágiles y de lograr el “rescate” social de los trabajadores. En el proceso de toma y recuperación de fábricas que emergieron en el país entre fines de los años 90 y principios de 2000, IMPA apareció como un caso paradigmático que implicó una intervención cultural en la comunidad. Sembró las bases para que las experiencias se replicaran: un caso es el del Centro Cultural de la Cooperativa Gráfica Chilavert y otro el de la Cooperativa de Trabajo Gráfica Patricios Limitada.

Cooperativa Chilavert Artes Gráficas

La empresa “Libro de Ediciones Arte Gaglianone”, hoy Cooperativa Chilavert Artes Gráficas, nació en los años '60 y se especializó en la impresión de libros de alta calidad –de pintura, escultura, libros de arte en general, catálogos para el Teatro Colón, entre otras ediciones– y llegó a tener 45 empleados. Desde fines de los '90 atravesó una dura crisis económica: tuvo como consecuencias deudas de millonarias, deudas de salarios y un freno en la producción, que derivaron en un concurso preventivo. En el 2001 se decretó la quiebra y hubo intentos de vaciamiento para llevarse las principales máquinas. Antes de perderlo todo, los ocho trabajadores que quedaban en este momento decidieron tomar y ocupar de la planta para proteger los activos de la empresa. Los trabajadores, ayudados por otras empresas recuperadas, las asambleas barriales, vecinos y estudiantes, resistieron dos desalojos y pusieron a funcionar la Cooperativa. En junio de 2002 se convirtió en una de las primeras empresas expropiadas temporalmente por el Gobierno de Ciudad de Buenos Aires y dos años más tarde –noviembre de 2004– obtuvo la expropiación definitiva.

La solidaridad de los vecinos y el apoyo recibido desde el barrio fueron decisivos para recuperar los puestos de trabajo y reivindicar los desafíos de acción desde la “refundación” de la Cooperativa. El Centro Cultural que funciona en sus instalaciones se convirtió en un lugar de encuentro en la vida cultural del barrio de Pompeya. Martín Cossarini y Ana Gilardini –externos a la empresa– fueron los gestores de esta idea, ambos venían de la experiencia de IMPA Ciudad Cultural y se abocaron a reacondicionar el primer piso de la imprenta, utilizado como depósito, para transformarlo en centro cultural. A fuerza de pulmón, reuniones informales, escasez de recursos, cientos de intentos fallidos, se fueron resolviendo cuestiones básicas de gestión para ir dando forma al Centro Cultural. Los almuerzos con los trabajadores en la empresa funcionaban como reuniones y debates en torno a las decisiones a tomar sobre el nuevo espacio simbólico.

Este Centro Cultural carece de una estructura interna formal con un organigrama donde se dividan tareas y roles, con lo cual se comparten tareas y se distribuyen según criterios prácticos y de acción concreta. Estas dinámicas sin planificación a corto o mediano plazo evidencian que la voluntad de acción no se sostiene sin la existencia de una política de gestión.

El diseño de la programación tiene una cuota de azar, dado que el sentido de oportunidad prima a la hora de

elegir las actividades. Hay cursos –de danza, teatro, entre otros– o talleres de pintura, serigrafía, grabado, etc. que tienen cierta permanencia, al igual que las exposiciones de arte itinerante que cambian mensualmente. Se trata de combinar las actividades artísticas con los recursos propios del ramo. Durante algunos fines de semana se organizan eventos, recitales, ciclos de cine–debate, milongas, ciclos de jazz, tango, folklore. Pasaron por el Centro Cultural: Liliana Herrero, Verónica Condomí, al orquesta Lavandina, Bruno Arias, Claudio Sosa, entre otros artistas. También durante el ciclo lectivo se organizan visitas guiadas para comedores y escuelas, que se complementan con funciones de teatro infantiles. Durante el verano, el programa de actividades se suele acotar.

Con intenciones de mejorar el servicio y recaudar fondos para el Centro Cultural se creó un modesto bar –las mesas y la barra se construyeron con los bancales que sobraban del taller– para acompañar el desarrollo de las actividades, que en general, son gratuitas, salvo los recitales y algunos cursos o talleres, que son arancelados. Los fondos que surgen de las actividades se reinvierten en infraestructura y en la compra de materiales para acondicionar el lugar. Quienes gestionan el Centro Cultural no reciben una retribución por sus tareas, sino que dedican parte de su compromiso y vocación ad honorem.

La reconstrucción del espacio organizacional desde una perspectiva autogestionaria modifica los tradicionales vínculos capital-trabajo, que conllevan una estructura jerárquica y se sustentan en relaciones de obediencia y sumisión. La reestructuración favorece el desarrollo colectivo de saberes sobre la gestión y genera procesos democráticos, horizontales y participativos en la toma de decisiones. Las prácticas asamblearias son un ejemplo de ello, y se evidencia mayor implicación de los trabajadores en las distintas instancias del proceso de toma de decisiones, tanto a nivel productivo, administrativo como en la gestión del Centro Cultural. La articulación de los espacios de producción con los dedicados a cultura no presentan grandes conflictos –aunque sí algunos roces–. En general se trata de llevar a cabo las actividades culturales y cursos fuera del horario laboral, no obstante en algunas circunstancias se desarrollan en simultáneo. El Centro Cultural Chilavert funciona en la parte superior de la imprenta, mientras que la zona de impresión y encuadernado se despliegan en la planta baja. Por lo tanto, es en la planta alta donde hubo mayor transformación de los espacios: se armó un escenario, la biblioteca (en una de las oficinas de los ex –dueños), barra y las muestras se exhiben donde se guardaba el stock o los trabajos ya terminados. Muchos sectores se encontraban desordenados, sucios, en malas condiciones y los libros allí guardados corrían riesgo de arruinarse si permanecían en ese estado.

La participación de los trabajadores de la cooperativa en las actividades culturales durante los fines de semana es variable, aunque todos coinciden en que la participación más activa se registró en los inicios del conflicto, durante la toma o en las etapas de formación y adecuación del espacio para diseñar en Centro Cultural.

Las artes en escena: Cooperativa de Trabajo Gráfica Patricios Limitada

Los trabajadores de la Cooperativa Gráfica Patricios (ex Conforti) ocuparon, resistieron y recuperaron la empresa. Conforti fue una importante gráfica de la zona sur de la Ciudad, dedicada a la impresión y encuadernación. La planta, que ocupa una superficie de más de 10.000 metros cuadrados, cuenta con un sistema de fotocromía y copia completo, tres impresoras rotativas, encuadernadoras y guillotinas. En su momento de esplendor llegó a emplear a 300 trabajadores y tuvo como clientes a los diarios *Página/12*, *el Cronista Comercial*, *Segundamano*, *El País de Madrid*, *El Porteño*, las revistas del circuito cerrado de televisión, entre otras.

En el 2001 el plantel de la empresa se había reducido a unos 40 empleados, había entrado en convocatoria de acreedores y comenzaba a adeudar salarios a sus trabajadores. La situación se fue agravando hasta que en mayo de 2003, todavía en huelga, los trabajadores fueron despedidos y acusados de usurpación. La toma, la ocupación del predio y lucha de los trabajadores por resolver el conflicto duró varios meses hasta que en octubre de ese año fue dictada la quiebra y, dos meses después, la Legislatura porteña votó el proyecto de ley que declaraba de “utilidad pública y sujeto a ocupación temporaria el inmueble que ocupa la empresa Talleres Gráficos Conforti S.A.” junto con los bienes de la empresa. Las rotativas de la imprenta no pararon una vez consolidada la cooperativa: se puso en marcha centro cultural, una escuela de educación popular, y una escuela oficial destinada a adolescentes abandonaron sus estudios. Con el Centro Cultural se da continuación a una experiencia simbólica y se fortalecen los lazos construidos durante el proceso de “recuperación”.

El espacio del Centro Cultural es amplio, funciona donde antes había una rotativa que fue embargada por la Banca Nazionale del Lavoro, “se la llevaron como chatarra. Allí quedó sólo quedó la bobina de la maquina”, comentó Luis Coronel, uno de los integrantes de la cooperativa. Y explica que la idea de crear en la planta de Barracas un Centro Cultural nació con el objetivo de recrear espacios sociales que vinculen a los trabajadores con la comunidad.

Así fue como un grupo de cuatro amigas que se conocían de la agrupación HIJOS se vieron interesadas en el proyecto: desde septiembre de 2003, previo a la expropiación, se acercaron a la imprenta, conocieron a los trabajadores, comenzaron a limpiar el lugar, a pintarlo, generar actividades recreativas con ellos y hasta compartir asados. Finalmente, la del centro cultural inauguración fue en mayo de 2004.

Algunas de las actividades que se desarrollan son: talleres de ajedrez, de pintura, de música y teatro de sombras para niños, taller de fotografía, de circo y ciclos de danzas folklóricas, tango, percusión, etc. La mayoría son gratuitos y sólo algunos arancelados. Estas actividades se articulan sin mayores inconvenientes con las tareas de la fábrica: el espacio fabril y el cultural están separados, con lo cual el ruido de las rotativas no afecta su desarrollo. Las dimensiones de la planta colaboran para que los espacios convivan en sana armonía.

La propuesta del Centro Cultural es ser un nexo entre el barrio y los trabajadores. En Patricios se invita a participar a la familia de los trabajadores en los programas culturales, para generar procesos de integración.

La organización interna y la gestión no tienen pautas claras de coordinación ni experimenta una articulación con objetivos claros y evaluación permanente. Entre los cuatro integrantes “había división de tareas pero nunca se respetó demasiado” –explican–.

Otro aspecto a considerar es la falta de recursos y la adecuación de la estructura a las necesidades del centro cultural.

¿Gestión o autogestión cultural?

El concepto de gestión cultural surge en la segunda década de los '80 en ámbitos gubernamentales y en organizaciones culturales comunitarias. En el contexto de América Latina se buscaba formar “trabajadores culturales”, postulado que se inscribe en la relectura de la obra de Antonio Gramsci, y pretende terminar con la dicotomía entre trabajo material e intelectual. Esta influencia gramsciana propone un modelo de “competencia hegemónica”. La dimensión cultural está en permanente transformación –así lo plantean Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini– y la expresión “gestión cultural” se asocia a:

- a. La extensión de la noción de cultura por motivos filosóficos, sociales, políticos y jurídicos;
- b. La crisis de las nociones de política y desarrollo a partir de la década de los '70;
- c. La necesidad de políticas culturales que gestionen ámbitos fuera de la cultura artística, tradicional y el patrimonio;
- d. La aceptación e importancia de repensar las interrelaciones entre economía y cultura.

Al igual que una política cultural, la gestión debe estar anclada en el territorio. La gestión cultural y la cultura necesitan del conocimiento mutuo y del reconocimiento del contexto en el cual se da una cultura y se lleva a cabo una gestión determinada. Por ello, el rol del gestor cultural es el de ser un promotor y gestor de cambio, a partir del diagnóstico de la realidad social y del contexto situacional concreto. Un factor clave en la gestión cultural es la planificación de acuerdo con las necesidades de cada proyecto, para evitar acciones de tipo voluntarias o actividades desordenadas que, aunque sean realizadas con las mejores intenciones pueden no coincidir plenamente con los objetivos propuestos.

En los Centros Culturales Chilavert y Cooperativa Patricios se observa un incipiente y desordenado proceso administrativo tanto en la conformación y consolidación de los equipos de trabajo, como en la división de tareas y en el manejo de recursos técnicos y económicos. En primer lugar, los equipos de trabajo se van conformando según las actividades y no todos los miembros permanecen hasta la conclusión del proyecto, sus tareas no son remuneradas con lo cual, el compromiso es voluntario, no hay profesionales en gestión y muchos de los voluntarios abandonan por falta de tiempo o colaboran según su disponibilidad. En segundo lugar, no existe una estructura administrativa con división de departa-

mentos abocados a tareas claras ni asignación de actividades con un criterio de organización eficiente y, tampoco la dotación de recursos técnicos, informáticos y económicos es funcional, sus presupuestos son escasos y los recursos insuficientes. Por estas razones, se detecta que en el nivel institucional o estratégico, es decir en la toma de decisiones; en el nivel táctico y en el operativo surgen obstáculos que no siempre se pueden resolver por falta de recursos y de capacitación. Se trata de una política de “hacer sobre la marcha”, pero no hay por detrás una gestión cultural planificada que permite estructurar un programa de actividades con continuidad. La incertidumbre del contexto, la escasez de recursos económicos, de infraestructura, tecnológico y profesionales atentan contra una gestión cultural dinámica y a largo plazo. La voluntad de acción según las circunstancias y las prácticas esporádicas en los centros culturales de las empresas recuperadas prevalecen sobre un plan de acción coordinado y una programación estable, sin perder de vista los objetivos centrales. En estas organizaciones culturales el activo más importante lo representan las personas vinculadas al Movimiento de las empresas recuperadas y la comunidad inmediata, quien son “arte y parte”.

De todos modos, independientemente del tamaño y producción cultural, estas organizaciones necesitan ser administradas para garantizar su supervivencia, crecimiento y desarrollo en el ámbito de la cultura. No existen procesos de planeación, dirección, organización, seguimiento y evaluación de las actividades, los programas están librados a “lo que se consigue” pero no se identifican una política de acción que trascienda el presente mediato. La administración imperante es de carácter informal, como si se tratara de grupos de amigos o colegas con motivaciones culturales, ideológicas en torno a intereses comunes que no vislumbran procesos a largo plazo.

Los participantes, dada la estructura horizontal comparten debates, asambleas y actividades con igualdad de voto a la hora de tomar decisiones, en algunas mesas participan los trabajadores de la empresa, quienes compartirán o cederán espacios dedicados sus tareas laborales según las actividades culturales.

Uno de los mayores inconvenientes según los entrevistados radica en la difusión de las actividades que ofrecen los centros culturales. Reconocen que unas de las principales falencias se registran en el campo comunicacional: “No porque no hagamos la difusión, sino porque no nos difunden en medios que no sean alternativos. Este problema no lo teníamos presente”, señala Ana Gilardini del Centro Cultural Chilavert. Entre las estrategias de publicidad sin costo figuran: la distribución de volantes impresos en la cooperativa en la calle y bajo de puerta, pegado de afiches en los comercios de la zona, listados de mailing e inserts en los diarios. No cuentan con canales, medios, soportes, presupuesto ni profesionales para hacer prensa. La ventaja de poder imprimir volantes sin cargo se desmorona si esta gestión no se sustenta una estrategia comunicacional, la difusión y circulación de los mensajes nunca llegarán a los públicos meta. A esto se suma la localización física de las empresas complejiza el proceso de difusión

y comunicación externa, por ejemplo, el caso de la Cooperativa Patricios, situada en Av. Patricios al 1941 del barrio de Barracas, no hay viviendas en las cuadras próximas, sino cientos de galpones y fábricas abandonadas, símbolos de las políticas neoliberales.

Aproximaciones a la dimensión económica de la cultura

Tradicionalmente ha existido un divorcio entre el mundo de la economía y el de la cultura, los economistas consideraban la cultura como un lujo improductivo, marginal, no digno de interés. Sin embargo, el proceso de mercantilización de la cultura inserta a los bienes simbólicos dentro del circuito económico, con lógicas de producción, circulación y consumo dentro del ámbito de los contenidos. Esta transformación se inicia en el siglo XIX y alcanza su primera madurez en el periodo de entreguerras y termina de consolidarse durante las décadas de 1950 y 1960.

Lluís Bonet, quien realiza una reflexión sobre las relaciones entre economía y cultura en clave latinoamericana, explica que la diferencia entre la concepción económica y otras disciplinas que abordan el arte y la cultura reside en el análisis de las preferencias y el valor que dan los individuos a la cultura. Según este autor, el valor que cada persona da a un bien o servicio cultural depende de la superposición de tres dimensiones del concepto de valor: 1) la dimensión funcional: consiste en el valor práctico o de utilidad que se obtiene del consumo de un determinado bien o servicio cultural, como el placer estético. 2) la dimensión simbólica: se trata del valor de prestigio que conlleva la participación, el consumo o la posesión de bienes y servicios culturales; adquiere su valor en un contexto compartido de valores o por ser parte de la identidad nacional, social o territorial de una comunidad en particular. 3) la dimensión emocional: es la carga emotiva, es más intensa y subjetiva, incorporada a diversos bienes por razones históricas, familiares o ligadas a gustos o vivencias personales. La superposición de estas dimensiones da como resultado el valor que cada persona le otorga a un bien o servicio; que no es inmutable sino que evoluciona con el tiempo y en el espacio. Entre los componentes que reflejan las distintas percepciones de valor –valor de existencia o de opción, de legado, de prestigio, educativo y de innovación–, se ponen en escena elementos constitutivos de la identidad de los trabajadores de los centros culturales, la fábrica o empresa como el espacio social, generador de procesos de cohesión social.

Los hábitos del consumo cultural dependen de la experiencia y la acumulación de capital cultural. Entre los sectores populares, que no están tan difundidas las prácticas culturales, la fábrica se construye como un ámbito de socialización y, por ende, puede funcionar como espacio de generación y reproducción de hábitos de consumo cultural. Si los trabajadores lo vislumbran como una experiencia positiva y placentera a la que pueden sumar su grupo de pertenencia generarán consumos culturales a futuro.

Los Centros Culturales Chilavert y Cooperativa Patricios buscaron estrategias de financiación externas y presentaron proyectos en conjunto para incorporar tecnología en la gestión de estos espacios simbólicos. En ambos, la

capacidad de financiación con recursos propios es baja y no cuentan con un presupuesto asignado: los ingresos por la venta de entradas a los espectáculos o recitales son escasos, ya que muchos son gratuitos. Los servicios colaterales como son los cursos y talleres tampoco dejan ingresos significativos, porque los aranceles son bajos y otros son libres. Por estas razones, deben recurrir a estrategias y recursos externos para recaudar fondos – subsidios estatales, alianzas con empresas privadas y organismos de poder público, acuerdos con otras empresas recuperadas, etc.– que les permitan incorporar tecnología, realizar mejoras edilicias y comprar materiales según el cronograma de actividades. Entre las tareas pendientes de los organizadores figura la búsqueda de alternativas genuinas y creativas de financiamiento.

Configuraciones urbanas

En estas experiencias de recuperación de las fuentes de trabajo, tanto en las instancias del conflicto como en su desarrollo posterior se desarrollaron interesantes procesos de participación, interacción, solidaridad e integración con la comunidad, con el barrio, y los vecinos que les dieron apoyo a los trabajadores de manera casi permanente. El proyecto político-cultural de la creación de los centros culturales aquí expuestos se interpreta como un gesto de retribución y agradecimiento de estas empresas hacia a la comunidad. Se legitiman como espacios de diálogo y de acción, y como ámbito de articulación de los actores sociales que intervienen en el quehacer cultural. La cultura se transforma en un espacio estratégico que recompone el “estar juntos” –en términos de Jesús Martín Barbero– aplicado a los nuevos sentidos que adquiere el lazo social en un escenario globalizado. Así es como se despliega un campo para la creación alternativa que va tomando forma y llega a consolidarse en los centros culturales de las empresas. Se abre un contexto de oportunidad que genera procesos alternativos al sistema dominante y favorece la diversidad cultural. La fábrica es para los trabajadores un “lugar” con memoria, donde los imaginarios conservan huellas, restos de ese ámbito laboral que ahora tiene una lógica diferente; por ello es válido analizar cuáles son las condiciones de esta “convivencia” entre obreros y artistas, entre producción de bienes materiales y simbólicos, entre viejos hábitos y nuevas destrezas, valores, saberes y habilidades que se ponen en juego en el escenario fabril en conjunción con prácticas culturales del campo artístico.

Abordar el trabajo como “lugar” es hacer referencia a Marc Augé, quien considera que el lugar remite a la historia y nunca queda completamente borrado porque tiene una identidad, puede producir efectos de reconocimiento, familiaridad y articula el territorio con la temporalidad. Por otra parte, la fábrica o la empresa son ámbitos o espacios plagados de vivencias que conforman la memoria de los trabajadores, son testimonios de la cultura del trabajo, de su patrimonio. Espacios que fueron interactuando de distintas maneras entre los actores y sus prácticas, hasta adquirir significados dinámicos en respuesta a los procesos de recuperación de la fuerza de trabajo y la lucha encarnizada detrás de sus paredes.

A la vez, estas nuevas prácticas producen rupturas o quiebres que tienen implicaciones directas en la construcción de subjetividades nuevas y distintas en los trabajadores. La producción cultural es fundamental para generar riqueza, para promover la participación y abrir nuevos horizontes de perspectivas que, desde la experimentación, reflejen la diversidad de expresiones artísticas. En pos de una definición de cultura que representa una potencialidad de transformación, de proyección de una identidad, es decir una herramienta para reconstruir los lazos sociales endeblados, para fortalecer el tejido social de los sectores más vulnerables. Aquí se aprecia la tendencia a abordar la cultura como la instancia en la que cada grupo organiza su identidad, donde emergen determinados repertorios culturales. “En esta época, nuestro barrio, nuestra ciudad, nuestra nación son escenarios de identificación, de producción y reproducción cultural”⁹.

Por otro lado, estas experiencias alternativas de gestión cultural con sus propios escenarios fabriles hacen emerger ciertas configuraciones de proximidad, quizás inestables por la programación de actividades pero intensas, donde los actores le otorgan un sentido de pertenencia. La apropiación de la empresa como espacio simbólico pone en juego un alto nivel de afectividad en las prácticas que allí se desarrollan y, estas “nebulosas afectivas” –diría Beatriz Sarlo– pueden persistir en el tiempo. Estos vínculos son nuevos soportes relacionales para los trabajadores y su entorno, para la comunidad que se acerca al centro cultural; en términos de Sarlo, estos cambios en “la transformación de lazos sociales modernos y la implantación de formas de reconocimiento propias de escenarios reducidos, menos universalistas y más caracterizados por una fuerte carga emocional”, son estrategias para hacer frente a la fragmentación social que padecen los sectores populares. En pos de la recuperación de una visión romántica, si se quiere, donde la igualdad de oportunidades culturales compense las desigualdades sociales. “Para millones el problema no es mantener campos sociales alternos, sino ser incluidos, llegar a conectarse, sin que se atropelle su diferencia ni se los condene a la desigualdad. En suma, ser ciudadanos en sentido intercultural”¹⁰. Las demandas de reconocimiento se hallan en el mismo núcleo de la cultura, por el hecho de compartir un mundo de vivencias, una historia en común, espacios de memoria y solidaridad. La identidad es la expresión de todo aquello que da sentido y valor a la vida de un individuo. “La identidad depende, vive, del reconocimiento de los otros: la identidad se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí donde los individuos y los grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás”¹¹.

Rupturas en la subjetividad

En una época donde impera la incertidumbre se ponen en tela de juicio cuestiones básicas y cotidianas, de modo que el sujeto se siente atropellado, ya casi pierde el control del mundo de la individuación, de la sociabilidad y de las identidades colectivas. Parecería que se esfuman esos códigos interpretativos –o mapas cognitivos– con los cuales los sujetos estructuran la realidad

social, haciendo más evidente la realidad de lo existente. Así es como problemas o situaciones conflictivas en el ámbito laboral pueden repercutir en sus vínculos afectivos y sus relaciones con los grupos de referencia; condiciones que conllevan a una alta vulnerabilidad social y eventualmente a la exclusión, que se dirime en diversas esferas de la vida política, económica y cultural. En las experiencias que se trabajan aquí se vislumbra la búsqueda de algunos mecanismos y sistemas de contención que frenen este proceso, no sólo en la autogestión de las empresas sino también en la capacidad de generar nuevos lazos y redes con otras organizaciones. La cultura es una herramienta fundamental para reconstruir la sociedad para unir lazos que configuren un tejido social fuerte y contenedor.

Los movimientos sociales, desde distintas teorías, se pueden explicar como una trayectoria elíptica que va creciendo hasta un cierto punto y luego tiende a decaer y desaparecer, o pierden visibilidad, hayan logrado o no alcanzar los objetivos planteados. Estos movimientos que surgieron por parte de los trabajadores de las empresas recuperadas nacieron en función de una privación concreta, la falta de trabajo y una necesidad: reinsertarse en el circuito productivo. “Lo silenciado o lo diferente, que se manifiesta por vías oblicuas, desconcertantes, no importa tanto como recurso mágico para modificar el orden imperante sino como voz excluida que puede revelar algo sobre el orden excluyente”¹².

Los significados que giran alrededor del trabajo, son las valoraciones que se imponen e introyectan, son los imaginarios de resistencia y creación de la obediencia y la legitimación, son la valoración de la organización productiva y del rol que cumple el trabajador cotidianamente. De ellas dependen las representaciones simbólicas e imaginarias que constituyen las articulaciones laborales. Como plantea Alberto Melucci¹³: la organización se construye y reconstruye; no es un punto de partida, sino el resultado de las prácticas diarias de todos los que participan en ella. Estas prácticas, no sólo son económicas, sino también culturales y políticas y se recrean a lo largo de la historia de la cooperativa.

Foucault define a la identidad como una estructura a la que es atado el individuo por las configuraciones particulares de poder, a través de la interiorización de reglas. Se le impone una ley de verdad a través de la cual debe (re)conocerse en otros y otros en él. Puede ser interesante tomar en este punto a Melucci cuando hace referencia la posibilidad de los actores de definirse a sí mismos, de definir sus relaciones con el ambiente y de construir un “nosotros”. Esta definición no es lineal, sino que es producida por la interacción, la negociación y la oposición de diferentes orientaciones – relacionadas con los fines de las acciones, con los medios disponibles y con el contexto–.

Las identidades se construyen a través de esquemas de valores compartidos, de narraciones y actuaciones en común. De acuerdo con la perspectiva de Pierre Bourdieu, se podrá en juego un habitus, ese sistema de disposiciones que les permiten a los agentes comprender la realidad, aprehender el mundo social, organizar sus acciones y prácticas. El habitus es algo que se adquiere, que se encarna en forma durable en el cuerpo, a modo de dispo-

siciones permanentes, que funcionan como “estructuras estructurantes”. Es como una “máquina generadora”, un principio de invención, que si bien reproduce imprevisiblemente las condiciones sociales de existencia; a la vez es capaz de adaptarse a las nuevas situaciones, abriéndose a posibilidades históricas diferentes.

La puesta en cuestión de la subjetividad subyace, sobre todo, en un mundo globalizado, donde las condiciones tecnológicas y culturales se vuelven fugaces, móviles, fluctuantes, líquidas, y por ello, incierta la formación y permanencia de los sujetos. Los trabajadores de estas empresas quebradas, vaciadas, destruidas buscaron nuevas formas de pertenecer y de hacer valer sus derechos. Las metas en parte se lograron, los Centros Culturales autogestionados funcionan como “nexos vinculantes” para revertir el proceso de fragmentación y convertirlo en uno de inclusión social.

Redes institucionales

Hablar de redes implica desterrar el concepto de centro, diluir las jerarquías absolutas, en pos de heterarquía en las relaciones: no hay posiciones definitivas, sino relativas a un determinado momento, donde se juegan prácticas y acciones, estableciendo mayor interacción entre los actores, en búsqueda de consenso. Pertenecer a una red significa trabajar con otros, generar intercambios de experiencias, información, conocimientos, prácticas, que puedan replicarse en otros proyectos.

En el ámbito de la cultura y del consumo de bienes simbólicos se conforman nuevos espacios de pertenencia y afiliación que apuntan a reconstituir el tejido social y a rescatar la solidaridad como valor social. “Al valorar la dimensión afectiva en estas prácticas culturales y sociales, que a menudo muestra baja eficacia, pero donde importa la solidaridad y cohesión grupal, se hace visible el peculiar sentido político de acciones que no persiguen satisfacción literal de las demandas ni réditos mercantiles, sino que reivindicán el sentido de ciertos modos de vida”¹⁴.

Analizando el fenómeno de las fábricas recuperadas bajo la óptica de Robert Castel, estos emprendimientos podrían ser llamados “yacimientos de empleo”, gestados en torno al escenario de una economía solidaria. Sin embargo, este escenario actual está plagado de contradicciones: se multiplican formas degradadas de empleo y, a la vez, emergen iniciativas interesantes, por ejemplo, la economía solidaria, que crean al mismo tiempo actitudes con sentido y lazo social, circunscriptas a las esferas de las nuevas actividades. Se trata de cambios cualitativos, del sentido de lo social, constitutivo del núcleo de las prácticas culturales, es decir, del sentido con el que están reformulándose las alternativas de un desarrollo sociocultural.

Estas nuevas respuestas o salidas al desempleo presentan una serie de manifestaciones interiores en su desarrollo, como la reinversión de nuevas relaciones e interacciones, que generan nuevos lazos de solidaridad, permitiendo percibir cambios tanto en lo que respecta a cómo los trabajadores se piensan y reinventan a sí mismos. En este marco, se producen también articulaciones intersectoriales.

A modo de conclusión

Estas alternativas culturales impulsadas desde las empresas recuperadas por sus trabajadores emergen en un contexto donde prima una clara tendencia hacia la mercantilización de las relaciones sociales, producto del modelo socioeconómico dominante que excluye amplios sectores de la población. Tanto los discursos como las prácticas proponen democratizar la cultura y ampliar el acceso a los bienes simbólicos para los grupos más vulnerables. La libertad cultural juega un papel fundamental en el desarrollo humano, los derechos culturales son vitales para promover la integridad y el crecimiento de las personas porque generan sentimientos de pertenencia e identidad.

Las propuestas político-culturales que funcionan en los espacios fabriles de la Cooperativa Patricios y de la Cooperativa Chilavert Artes Gráficas coinciden en que los beneficiarios del proyecto son los trabajadores y su entorno cercano. Prima un sentido de agradecimiento y reconocimiento por el apoyo recibido en los momentos en que explotó el conflicto, durante el proceso de la toma y la recuperación de las empresas. Se trata de espacios descentralizados, con un anclaje en el barrio, en lo local, en la comunidad territorial, que resignifican lo cultural y funcionan como factores de cohesión social. Desde esta perspectiva, el desarrollo cultural conlleva un compromiso político y social, y se asocia a un mejor aprendizaje en la gestión de los conflictos. Los centros culturales analizados se basan en estrategias incipientes de gestión cultural, ya que sus procesos de planificación son endeble y están más ligados a la ejecución de actividades sobre la marcha. Prima el sentido común en las decisiones, las pruebas de ensayo-error, donde no se gestionan políticas que evidencien mayor racionalidad en las acciones. Se trata de escenarios participativos, aunque menos formales en lo que atañe a los procesos de planificación y gestión.

Representan espacios alternativos de socialización y amplían las redes de inclusión social a través de las actividades culturales. Aunque, no se evidencian signos de profesionalización de la gestión cultural.

Los trabajadores de las empresas recuperadas lograron conformar un colectivo de identificación: articulado en un nosotros que encarna dignidad, formas propias de autogestión y solidaridad; frente a un ellos representando por las clases superiores poseedoras de dinero, poder y conocimientos. Este imaginario social se construye en base a representaciones hechas de memoria, experiencias, proyectos de que se valen los agentes para explicar, organizar el mundo social y situarse en él. El imaginario indica pertenencia, esta operación marca un "territorio" y sus fronteras, define sus relaciones con los "otros". En la fábrica como "lugar" se despliega un entorno simbólico que facilita y potencia la participación y la inclusión social. Esto evidencia quiebres en la subjetividad de los trabajadores y permite a la vez, producir nuevos discursos verdaderos sobre lo que el trabajador es capaz o no de hacer, sobre sus derechos y acciones legítimas, que implica desterrar viejos discursos y prácticas.

A diferencia de IMPA, que cuenta con otras dimensiones espaciales y supera ampliamente la cantidad de actores,

en la Cooperativa Patricios y en la Cooperativa Chilavert Artes Gráficas se generan debates y reuniones que promueven la democracia interna. La interacción y la comunicación directa establecen intercambios permanentes y diversidad de opiniones para resolver situaciones y tomar decisiones en la esfera cultural.

En la Cooperativa Patricios la gestión del Centro Cultural está en manos de un grupo independiente y los trabajadores no participan en toma de decisiones. La integración se da más durante el desarrollo de las actividades, en la asistencia a los talleres y cursos que en la gestión previa. En cambio, en el caso de la Cooperativa Chilavert, los trabajadores son parte de las reuniones y los debates sobre cuestiones culturales: allí los almuerzos funcionan como espacios de discusión. En ambos casos, se establecen interacciones que nutren los lazos sociales, establecen nuevas relaciones e implican cambios cualitativos en la construcción de los actores. La creación desvinculada del mercado tiende a ocupar lugares marginales en el contexto de la oferta y demanda de los bienes culturales. En general, también las actividades de concepción más individual o autónoma que se gestan estos centros culturales son de carácter esporádico y su continuidad suele ser incierta. Con lo cual, habría que preguntarse si este universo dinámico y heterogéneo de las empresas recuperadas conlleva prácticas simbólicas que puedan sostenerse en el largo plazo, con políticas culturales innovadoras capaces de movilizar a la comunidad y estimular el acceso y consumo de bienes intangibles. Desde los análisis aquí realizados se observa que existe la voluntad desde distintos ámbitos para que estos centros culturales crezcan como puntos de referencia en los barrios, convoquen mayor participación y estimulen la libertad de expresión, como espacios generadores de nuevas tendencias y experimentación de distintas técnicas y lenguajes artísticos.

Un simple repaso de las políticas culturales en ejecución pone de manifiesto la falta de atención a estas nuevas realidades. Estas modalidades alternativas de acceso a la cultura llevan a repensar la orientación y el diseño de las políticas culturales adoptadas desde el Estado para que no se limiten a intervenir en las áreas tradicionales.

Notas

¹ Barbero, Jesús Martín: *Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad*. (Fuente: www.uab.es website de la Universidad Autónoma de Barcelona)

² García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*, Buenos Aires, Ed. Gedisa, p. 15.

³ Appadurai, Arjun (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, México, Ed. Trilce, p. 12.

⁴ Grimson Alejandro (2001) *Interculturalidad y comunicación*. Buenos Aires: Norma.

⁵ Op. Cit. p. 35.

⁶ Bourdieu, Pierre (2003). *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aire: Quadrata, p. 35.

⁷ Bonet, Lluís: *Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana*, investigación realizada para el BID, Barcelona, enero de 2001.

⁸ Cepal – IIDH: La igualdad de los modernos. Reflexiones acerca de la realización de los derechos económicos, sociales y culturales en América Latina. Costa Rica, 1997, págs. 37 y 38.

⁹ García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*, Buenos Aires: Ed. Gedisa, p.36.

¹⁰ García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*, Buenos Aires: Ed. Gedisa, p. 53.

¹¹ Barbero, Jesús Martín: *Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad*. (Fuente: www.uab.es website de la Universidad Autónoma de Barcelona)

¹² García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*, Buenos Aires: Ed. Gedisa, p. 143.

¹³ Melucci, Alberto: *An end to social movements? Introductory paper on new movements and charge in organizational forms*, en Social Science Information, n° 23, Londres, SAGE, 1984.

¹⁴ García Canclini, Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*, Buenos Aires: Ed. Gedisa, p. 178.

Bibliografía

- Appadurai, Arjun (2001). *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. México: Ed. Trilce.

- Apuntes de cátedra: *Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*, OEI, 1997-1998

- Apuntes de cátedra: Sergio de Zubiría e Ignacio Abello: "Gestión cultural", 1997.

- Barbero, Jesús Martín: *Desencuentros de la socialidad y reencantamientos de la identidad*. (Fuente: www.uab.es website de la Universidad Autónoma de Barcelona)

- Bayardo Rubens (2001). *Cultura, Artes y Gestión. La profesionalización de la gestión cultural*. Artículo presentado en las III Jornadas de Investigación del Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano.

- Bonet, Lluís (2001). *Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana*, investigación realizada para el BID, Barcelona.

-Bourdieu, Pierre (2003). *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires: Quadrata.

- Castel, Robert (1994). *La desestabilisation de la condition salariale*, Alternatives Economiques.

- Clifford, James (1995). *Dilemas de la cultura*, Barcelona: Gedisa.

- Fajn, Gabriel (Comp) (2003). *Fábricas y Empresas Recuperadas: protesta social, autogestión y rupturas en la subjetividad*, Buenos Aires: Ediciones del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos.

- Foucault Michael (1999) *Estética, ética y hermenéutica*, Buenos Aires: Paidós.

- García Canclini Néstor (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*, Buenos Aires: Ed. Gedisa.

- Giarraca, Mónica (Comp.) (1994). *Acciones colectivas y organización cooperativa*. Reflexiones y estudios de caso, Bs. As., Centro Editor de América Latina, 1994.

- Grimson Alejandro (2001) *Interculturalidad y comunicación*, Buenos Aires: Norma.

- Melucci Alberto (1994). *Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales*, Zona Abierta, n° 69.

- Melucci, Alberto (1984). *An end to social movements? Introductory paper on new movements and charge in organizational forms*, en Social Science Information, n° 23, Londres: SAGE.

- Sarlo Beatriz (2003): *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Concursos docentes, una nueva etapa en el desarrollo institucional de la facultad

Alicia del Carril

Durante el año 2005 el equipo docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo fue invitado a conformar nuevos Cuerpos Colegiados de Profesores Titulares y Asociados, con una propuesta de impacto y trascendencia institucional.

El objetivo primordial de la conformación de los Cuerpos Colegiados fue el mejoramiento de la calidad académica, objetivo en el cual la Facultad de Diseño y Comunicación viene trabajando desde hace tiempo.

Los proyectos de la Facultad de Diseño y Comunicación tienen un estilo propio, que se ve también en la diversidad de carreras, seminarios, cursos y publicaciones, que articulan flexibilidad, creación y transformación. Este espacio cuenta hoy con más de tres mil quinientos estudiantes y trescientos profesores.

Como institución educativa posicionada en el mercado argentino y latinoamericano con un público propio, resta continuar trabajando en la exigencia de los proyectos, con el fin de insertar profesionales con un alto nivel académico y de capacitación en la sociedad. Y que permita a quienes serán sus futuros alumnos, elegir esta Facultad por ese valor. Así llegará a consolidarse el crecimiento de la misma dentro de la Universidad.

La conformación del equipo de Profesores Asociados se instrumentó a través de un llamado a concurso de antecedentes y de presentación de proyectos, luego de los cuales se hizo la selección.

La exigencia de la presentación del proyecto, no solo en cuanto a contenido, sino en cuanto a forma, sumó un trabajo previo de algunos meses de duración. Definición de objetivos generales y específicos, diagnóstico de situación, estrategias, calendarización, actores involucrados, campo de aplicación, documentación a producir, impacto esperado, actividades, cronograma, resultados fueron solo algunos de los aspectos tratados.

Las carreras de todas las casas de estudios requieren de estudio, investigación y actualización permanente. La expansión y la diversificación de la oferta educativa y la creación de carreras y profesiones relacionadas con el surgimiento de nuevos sectores productivos asociados a las nuevas tendencias, la aceleración y cambios de la sociedad actual promueven la necesidad de efectuar replanteos en la institución académica educativa para elevar ese nivel académico del que hablamos al principio. En lo personal, lo experimenté como un desafío por la mejora constante.

Mi proyecto se dirigió en una primera instancia a la carrera de Organización de Eventos. Los organizadores de eventos constituyen una nueva profesión, o una