

Arte, Sociedad Civil Organizada y MERCOSUR

La Campaña “Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina” y la creación del nodo Uruguay.

Lic. Patricia Lepratti

Fundación SaludArte

patricialepratti@gmail.com

Resumen

Desde el año 2009, la Red Latinoamericana de Arte y Transformación Social (RLATS) y la Articulación Latinoamericana Cultura y Política (ALCP), llevan adelante la campaña “*Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social*”, con el objetivo de regionalizar la política “*Puntos de Cultura*”, desarrollada inicialmente por el Ministerio de Cultura de Brasil. Esta campaña marca un activo rol de la Sociedad Civil en la proposición de políticas socio-culturales para el MERCOSUR y en la construcción de una integración regional basada en la participación ciudadana y la promoción de los derechos culturales.

Palabras Claves

Arte, ciudadanía regional, integración cultural, MERCOSUR, organizaciones sociales, políticas públicas, Puntos de Cultura, redes, Sociedad Civil, transformación social.

Introducción

Los días 11 y 12 de junio 2010 tuvieron lugar en Montevideo, el Lanzamiento de la Red Uruguayo-Latinoamericana de Arte para la Transformación Social (RULATS) y el inicio de sus actividades a nivel local en pro de la regionalización de la política “*Puntos de Cultura*”. En el marco de la campaña continental “*Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina*”, llevada adelante por la Red Latinoamericana de Arte y Transformación Social (RLATS) y la Articulación Latinoamericana Cultura y Política (ALCP), estas actividades buscan concretar a nivel de los diferentes parlamentos nacionales, la rectificación del proyecto “*Puntos de Cultura*”, previamente aprobado por el Parlamento

del MERCOSUR, como política de articulación entre las organizaciones de la Sociedad Civil y el Estado para la región.

El siguiente trabajo tiene como objetivos sistematizar y reflexionar sobre diferentes aspectos de este proceso, que implicó, en primera instancia, una re-significación, por parte de las organizaciones sociales, de los discursos referidos a la integración regional; una redefinición de sus territorios de acción; y una apropiación de la Sociedad Civil de las débiles instituciones del MERCOSUR, como canales para el impulso de políticas públicas a nivel continental.

Por otra parte, este proceso de convergencia y acción conjunta de las organizaciones de la Sociedad Civil “mercosureña”, representa la consolidación del deseo de una integración regional que vaya más allá de la liberalización aduanera; y marca el inicio de una subjetividad común, basada en valores de inclusión social, diversidad y desarrollo sustentable.

RLATS¹

Entre los años 2003 y 2004, organizaciones civiles de Brasil, Argentina, Chile y Perú realizaron una serie de encuentros con los siguientes objetivos:

- Mutuo conocimiento, integración y articulación entre organizaciones dedicadas a proyectos de arte para la transformación social.
- Identificación de los campos de fuerza para la generación de visibilidad y de sustentabilidad de sus proyectos.
- Conceptualización sobre del rol de arte en la transformación social en la región.
- Identificación de elementos claves para la futura elaboración de evidencia científica sobre el impacto del rol del arte en la integración social y la construcción de ciudadanía local y global a través del arte.
- Posibilidad de establecer acuerdos y alianzas entre ellos para relacionarse con socios europeos o de otro origen.

Estos encuentros dieron lugar al nacimiento de la Red Latinoamericana de Arte y Transformación Social (RLATS), como un conjunto de organizaciones que desarrollan

¹ <http://www.artetransformador.net>

prácticas artísticas para la generación de ciudadanía efectiva, integración social, promoción de los derechos humanos e interculturalidad².

En la actualidad son alrededor de setenta las organizaciones que forman parte de esta red; que junto a la Articulación Latinoamericana Cultura y Política conforman la plataforma desde la cual se impulsa la campaña "*Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina*".

La campaña tiene como objetivo la regionalización de la política pública "*Puntos de Cultura*". Esta política, integrada al Programa Nacional de Cultura, Educación y Ciudadanía "*Cultura Viva*" del Ministerio de la Cultura de Brasil, implica la selección de prácticas artísticas y comunitarias, para su fortalecimiento desde el Estado, a través del apoyo financiero, técnico, institucional y administrativo.

Impulsando "Puntos de Cultura"

A principios del año 2009, en el marco del Foro Social Mundial en la Ciudad de Belem do Pará, en Brasil, varias organizaciones sociales coincidieron en resaltar los positivos efectos de la política pública brasileña denominada "*Puntos de Cultura*" como herramienta para potenciar sus programas en el ámbito del arte y la cultura.

Fuertemente convencidas de que la implantación de esta política en otros países de América Latina, representaría un gran apoyo a sus actividades, distintas redes latinoamericanas de organizaciones sociales, iniciaron el proceso para impulsar en el plano regional la implementación de políticas públicas que conservaran los elementos fundamentales de los "*Puntos de Cultura*"

Con tal objetivo, la Red Latinoamericana de Arte para la Transformación Social y la Articulación Latinoamericana Cultura y Política, impulsaron exitosamente un anteproyecto de norma legislativa en el Parlamento del MERCOSUR, tendiente a regionalizar esta política.

En los primeros días de Septiembre 2009, durante el Seminario Cultura y Protagonismo Social en América Latina en Brasilia, fue presentado el primer borrador del Anteproyecto de Norma. La propuesta, elaborada por la diputada brasileña Marisa Serrano y presentada por diputados de distintos países ante el Parlamento del MERCOSUR, fue aprobada por unanimidad el pasado 30 de Noviembre de 2009.

² <http://www.artetransformador.net>

Esta iniciativa deberá ser debatida en las legislaturas nacionales de los países miembros del MERCOSUR, por lo cual las distintas redes latinoamericanas y nacionales (Red Latinoamericana de Arte para la Transformación Social, Red Latinoamericana de Teatro en Comunidad, etc.) deberán continuar con la campaña a nivel continental, comprometiendo a parlamentarios afines al proyecto para lograr la concreción de esta política en Paraguay, Uruguay, Argentina, Venezuela, Bolivia y Chile.

Las estrategias usadas por la campaña implican generalmente la realización de eventos de alta visibilidad, como festivales, congresos y simposios; que buscan generar un fuerte impacto a nivel nacional y regional, a la vez que congregan en un mismo espacio a organizaciones civiles, colectivos artísticos y autoridades de los gobiernos locales y nacionales³.

Aspectos Fundamentales del Proyecto de Ley⁴

Como lo establece el Protocolo Constitutivo del Parlamento del MERCOSUR, éste tiene la potestad de elaborar normas tendientes a la armonización de las legislaciones de los Estados Partes, que luego deberán ser considerados por los respectivos parlamentos nacionales⁵.

Según el texto del anteproyecto, *“los Puntos de Cultura son instituciones de la Sociedad Civil que actúan con acciones de cultura seleccionadas mediante editales públicos, cuya realización resulta de la celebración de convenio con el órgano gubernamental competente.”*

Y agrega que *“los Puntos de Cultura deben funcionar como un instrumento de estímulo y articulación de acciones y proyectos ya existentes en las comunidades, desarrollando acciones continuadas en áreas como: de culturas populares, grupos étnico-culturales, patrimonio material, audiovisual y radiodifusión, culturas digitales, gestión y formación cultural, pensamiento y memoria, expresiones artísticas, y/o acciones transversales.”*

A su vez, subraya que los Puntos de Cultura constituyen *“vínculos entre la Sociedad y el Estado, para posibilitar el desarrollo de acciones culturales sustentadas por los principios de la autonomía, protagonismo y capacitación social.”*

³ <http://www.artetransformador.net>

⁴ idem

⁵ <http://www.parlamentodelmercosur.org>

Según el Art 3° son objetivos del Programa Puntos de Cultura:

- i) ampliar el acceso a los bienes y servicios culturales y medios necesarios para la expresión simbólica;
- ii) ofertar equipamientos y medios de acceso a la producción y a la expresión cultural;
- iii) generar oportunidades de trabajo, empleo y renta para trabajadores, micro, pequeñas y medianas empresas y emprendimientos de la economía solidaria.

El Art. 4° establece que el Programa Puntos de Cultura apoyará acciones de:

- i) promoción de la ciudadanía, por intermedio de acciones culturales;
- ii) promoción de los derechos culturales y de la diversidad cultural;
- iii) democratización del acceso a los bienes y servicios culturales;
- iv) fortalecimiento de experiencias culturales desarrolladas por agentes y movimientos socio-culturales de incorporación de poblaciones excluidas y vulnerables;
- v) fortalecimiento de los saberes, de los haceres, de los cultivos y de los modos de vida de poblaciones tradicionales;
- vi) valorización de la infancia, adolescencia y juventud por medio de la cultura;
- vii) incorporación de jóvenes al mundo del trabajo cultural;
- viii) capacitación y valorización de los trabajadores de la cultura;
- ix) desarrollo de la habilidad y del hábito de la lectura y de la escritura;
- x) promoción de programas de capacitación y cualificación del acceso a las tecnologías de la información para la producción y difusión cultural; y
- xi) fomento a la creación de estructuras locales y asesorías técnicas para emprendimiento, planificación y gestión de micro, pequeños y medianos negocios en el área cultural.

El Art. 7° detalla que *“el reconocimiento de la institución como Punto de Cultura será efectuado tras selección pública, previa y ampliamente divulgada”* y que aquellos que sean seleccionados *“tendrán proyectos aprobados por tres años, mediante contrato específico firmado entre la institución y el ente público promotor del programa”*.

En suma, el proyecto busca generar una mayor vinculación entre Estado y Sociedad Civil para posibilitar el desarrollo de acciones culturales, respetando la autonomía y el protagonismo de las organizaciones sociales.

¿Por qué “Puntos de Cultura” para toda Latinoamérica?

“La perspectiva de regionalizar la visión de los ‘Puntos de Cultura’ propone un conjunto muy amplio de caminos de avance en materia de Ciudadanía, Arte, Economía Social e industrias culturales para el resto de los países del MERCOSUR y Latinoamérica. Lejos de significar la traslación mecánica de un programa exitoso en un país a otros (...), implica asumir el impulso de un dispositivo que recupere aspectos centrales de la construcción de ciudadanía, pero articulándolos desde una visión que incorpora la integración regional a partir de una perspectiva no reñida con la multiculturalidad y la necesidad de un nuevo vínculo entre lo político, lo comunitario y lo estatal”⁶.

En otras palabras, la política “Puntos de Cultura” potencia nuevos canales de relacionamiento entre Estado y Sociedad Civil, a la vez que desarrolla la capacidad social de intervención en torno a las industrias culturales. La producción de bienes culturales es gestada y construida con la participación de las organizaciones sociales, democratizando así los medios de producción cultural y el acceso a los mismos.

Además, esta política premia e integra a la esfera pública, los esfuerzos realizados por los propios ciudadanos para enfrentar cotidianamente los problemas relacionados con la pobreza y la vulnerabilidad social. Es decir, los “Puntos de Cultura”, representan instrumentos de ciudadanía que ponen en escena a nuevos sujetos sociales como gestores e impulsores de políticas públicas.

¿Pero, por qué a nivel regional?:

“Estamos tratando de sacar de la lucha partidaria en cada país la defensa de los puntos de cultura, para subirla al único escenario donde creemos que podremos ser exitosos: un escenario internacional latinoamericano que permita abordar la necesaria desmesura que exigen la eliminación de la pobreza, la consolidación de democracias participativas en la región, el diálogo intercultural, el cuidado del medio ambiente para las generaciones futuras y el plan de acción a largo plazo que todo esto requiere. Esto es virtualmente imposible hecho a nivel nacional, porque la inequidad ha sido instalada desde lógicas

⁶ <http://www.artetransformador.net>

globales-locales y solo será posible erradicarla en el escenario adecuado: una plataforma de empuje regional”⁷.

Sobre este punto, como señala Lilián Celiberti (2004, p.220), a pesar de sus déficits democráticos y su marcado carácter comercial, *“es indudable que el MERCOSUR ha colocado en la agenda política la integración regional como un camino para la consolidación democrática y la búsqueda de nuevos marcos de construcción de equidad social en un contexto de globalización”*.

Por su parte, Edgar Fernández (2007), subraya que los países de la región, gracias a su larga tradición de intercambios culturales, al momento de conformarse el MERCOSUR ya habían recorrido un largo camino de integración cultural, siendo éste uno de los ámbitos más dinámicos en la formulación de estrategias regionales; y agrega que:

“Las políticas culturales en las relaciones entre los estados no suele ocupar un lugar destacado en las agendas bilaterales. Sin embargo, las vinculaciones culturales constituyen la amalgama de cualquier relación duradera entre los pueblos, ya que permiten establecer vínculos de mutuo reconocimiento, valoración por la identidad propia y la ajena y una corriente de simpatía esencial para establecer los niveles de confianza necesarios sobre los que se desenvolverán las relaciones comerciales, financieras, diplomáticas, científicas y otras de manera fluida y creciente. De lo contrario, las relaciones inspiradas en intereses coyunturales y en un contexto de desconfianzas o recelos, se manifiestan siempre como esporádicas, intermitentes y expuestas a los vaivenes de circunstancias y estado de ánimo cambiantes. Asimismo las relaciones culturales estrechan vínculos entre las personas e instituciones civiles de los países, enriquecen las posibilidades de emprendimientos comunes y amplían las vías de autonomía ciudadana y participación democrática.” (2007, p. 1)

Los productos culturales y el arte son creadores de subjetividad, y como tales potencian el fortalecimiento de lazos solidarios, ya sean éstos comunitarios, nacionales o regionales. Lejos de ser un instrumento accesorio en la integración, las relaciones culturales, representan una herramienta y un camino en este desafío.

⁷ <http://www.artetransformador.net>

Arte y Transformación Regional

El carácter transformador del arte, según las organizaciones pertenecientes a RLATS está marcado por varios aspectos. Por una parte, desde un punto de vista individual, las prácticas artísticas son fuente de creatividad, disfrute e integración social.

Por otro lado, aumentan las posibilidades de participación ciudadana generando instancias para el debate y la influencia en el espacio público⁸.

Como señala Mario Roitter (2010, p. 2) , las propuestas basadas en el arte transformador *“pueden ser vistas como catalizadoras de cambios a nivel personal, grupal y comunitario, generando así otras alternativas y campos de participación, aportando al enriquecimiento de la oferta de educación no formal, ampliando o consolidando el trabajo en red a nivel local y regional, iniciando o profundizando vínculos con referentes, instituciones u organismos que sostienen propuestas relacionadas con esta área o en espacios temáticamente conexos.”*

En ese sentido, el arte no es sólo transformador sino también político, en cuanto genera modos alternativos para la participación en varios niveles: local, nacional y regional.

En un contexto en el que los espacios públicos de interacción (sindicatos, barrios, etc.) han perdido su importancia y la vida ciudadana queda cada vez más limitada a las instancias de sufragio, la campaña *"Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina"*, representa un ejemplo de los intentos llevados a cabo para revertir esta realidad. Las acciones llevadas adelante en el marco de la campaña, implican instancias de participación de los ciudadanos en la vida política y cultural del MERCOSUR y de sus Estados miembros. Participación ciudadana que impulsa y presiona por la concreción de políticas públicas, coordinando estrategias y redes de carácter internacional. Ciudadanos que no son solo espectadores y consumidores de espectáculos, sino también sus creadores.

Como lo señala el nombre de la campaña, uno de sus objetivos es impulsar el protagonismo social. Contra una cultura de *“delegar”*, *“según la cual delegamos en los políticos, en la industria del entretenimiento, etc. aspectos fundamentales de nuestra vida: el*

⁸ <http://www.artetransformador.net>

trabajo, el esparcimiento, lo comunitario, etc.”; se propone construir una nueva “Cultura del Protagonismo”, “que se traduzca en otro modo de ver la política, lo social, lo público y lo estatal, pero también que se exprese en el terreno de lo estético, lo artístico y lo cultural en su sentido más amplio.” (Balán 2010, p.2).

Se busca eliminar el concepto de política como gestión y elevarlo al de la política como espacio para la discusión y la proyección de caminos a seguir en el ámbito público, con la participación de los ciudadanos y las instituciones gubernamentales.

De los Límites a la Acción Regional

La participación de la Sociedad Civil en el ámbito del MERCOSUR ha estado condicionada por algunos factores como: dificultades de financiamiento, falta de apertura de las instancias institucionales del bloque, y la poca transparencia que existe respecto a las decisiones y negociaciones que tienen lugar en el mismo (Izquierdo, 2005).

Sin embargo, más allá de estas limitaciones, las organizaciones de la Sociedad Civil, comprendieron la importancia de un cambio en la definición de su espacio de acción, sincronizando objetivos y esfuerzos desde lo local a lo regional.

No es una novedad el carácter global y la visión transfronteriza de las organizaciones civiles. No obstante, *“el avance sostenido en la difusión y la posible institucionalización de los “Puntos de Cultura” en distintos países de América Latina constituye un proceso que evidencia elementos y valores a destacar. Por un lado, la tremenda sinergia que ya están aportando a las instancias de discusión de políticas públicas los movimientos sociales articulados a niveles regionales y su capacidad de comunicación y movilización en torno de objetivos claramente comunes y definidos. Por el otro, la vigencia de la discusión sobre las Políticas Culturales en el imaginario de los posibles caminos de desarrollo en la Latinoamérica del siglo XXI.”*⁹

Política, cultura y desarrollo son los temas puestos en debate por la campaña.

En cuanto al primero de los temas, según señala Nogueira (Wanderley 2004, p. 63), la *“sociedad civil no es inmediatamente política. Es el mundo de las organizaciones, de los particularismos, de la defensa muchas veces egoísta y encarnizada de intereses parciales. Su dimensión política necesita ser construida.(...).La politización de la sociedad civil, por tanto,*

⁹ <http://www.artetransformador.net>

resulta de luchas, de la aclaración de identidades, proyectos y perspectivas que se chocan y concurren entre sí. Y es apenas esa sociedad civil politizada que se muestra como capacitada para funcionar como base de otro proyecto de hegemonía, como base de una oposición efectivamente liberadora, popular y democrática a las estrategias de dominación referenciadas por el gran capital. Solamente esa sociedad civil puede ser vislumbrada como plataforma para que se rediseñe democráticamente el Estado, o sea, para que se avance rumbo a una reforma cualitativa y sustantiva del Estado”.

La campaña "Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina", congrega a casi un centenar de organizaciones civiles que más allá de sus particularismos se encuentran en un proyecto común. Objetivos y estrategias compartidas que son claramente políticos. Que buscan reformar no solo un Estado sino varios.

Las instancias de encuentro entre los representantes regionales, el Estado y la Sociedad civil, diversifican los espacios de participación y debate sobre políticas públicas, a la vez que marcan la agenda regional en el ámbito de la integración cultural.

Por otra parte, el proceso implica una mayor visibilidad, no solo de las organizaciones sociales que llevan adelante la campaña como sujetos políticos activos, sino también de las instituciones y directrices del MERCOSUR sobre las que tan poco conocemos.

Según la RLATS, *“El programa ‘Puntos de Cultura’ en clave regional podría, además, ser el instrumento fundamental de una verdadera y profunda iniciativa en materia de integración, ya que por sus propias características pone en funcionamiento procesos en los que este valor se traduce no sólo en el intercambio de los aspectos tradicionales de cada una de las culturas, sino en la articulación de los procesos, los modos de acción creativa, los circuitos de circulación de bienes culturales y su relación con el desarrollo social y comunitario.”*¹⁰

En oposición a una definición de un MERCOSUR cultural como un mero espacio para el consumo de bienes culturales, se presenta una visión en la que el arte y las producciones culturales son elementos de integración y creación de una subjetividad común, capaz de surgir y circular por espacios alternativos y comunitarios.

¹⁰ <http://www.artetransformador.net>

Por último, la campaña marca el anhelo de un desarrollo sustentable de las naciones que conforman el bloque, en el que sus ciudadanos participen de la discusión de los caminos a seguir y en el que la integración social y cultural sea prioritaria.

La Campaña 2010

Como parte del plan de acción de la Campaña “*Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina*”, durante el año 2010 se han organizado varios encuentros en varias ciudades de la región.

El primero de este año se realizó en Fortaleza, Brasil, del 25 al 30 de marzo, con los objetivos de mostrar las acciones llevadas a cabo por los 2500 “*Pontos de Cultura*” existentes en Brasil, profundizar el debate sobre políticas públicas y coordinar estrategias entre parlamentarios del MERCOSUR y organizaciones socio-culturales para la regionalización del programa.¹¹

En el mes de junio, se realizó en Montevideo el lanzamiento de la Red Uruguaya de Arte para la Transformación Social (RULATS). RULATS tiene como objetivo principal aunar esfuerzos y potenciar diferentes experiencias desarrolladas desde organizaciones de la Sociedad Civil que a través de prácticas artísticas promueven la integración social, la diversidad cultural y la salud integral. Desde sus primeras reuniones la red inició los contactos con la Dirección de Cultura del Ministerio de Cultura y parlamentarios nacionales y del MERCOSUR para impulsar el proyecto en Uruguay.

El 15 de julio se reunieron en Buenos Aires, más de 40 organizaciones convocadas para elaborar la campaña nacional por la Ley de Puntos de Cultura de Argentina. Se presentó la campaña latinoamericana por los puntos de cultura, el camino recorrido por las organizaciones hasta la aprobación de la ley en el Parlamento MERCOSUR en 2009 y el borrador del plan de trabajo colectivo en pos de la nueva acción en Argentina que implica entre otros, la organización de la Primera Marcha Nacional de Organizaciones Culturales Comunitarias y del Arte Independiente para el 1° de noviembre en la Plaza del Congreso de la Nación. Se propuso también la realización de por lo menos tres encuentros en diferentes regiones del país: Córdoba, Jujuy, Misiones y el trabajo de difusión a nivel de los territorios y redes de acción de cada una de las organizaciones presentes. Por su parte, el diputado Toty

¹¹ <http://www.teia2010.org.br>

Flores, del Movimiento de Trabajadores Desocupados (MTD), elaboró una versión de la ley Puntos de Cultura que se presentó en el congreso argentino en el mes de septiembre.

Para el mes de diciembre (del 7 al 10), está prevista la realización del Coloquio Internacional y Muestra Artística: *“Las Nuevas Utopías a partir del Arte: Jornadas de Reflexión. Arte, Gobernabilidad y Diálogo”*, en la ciudad de La Paz, Bolivia. El evento es gestionado por el núcleo boliviano de la RLATS, con el objetivo de mejorar la cooperación y la comunicación entre diferentes sectores de la sociedad de ese país.

Más allá de sus resultados, difíciles de evaluar en este momento, la campaña ha generado y continuará desarrollando espacios para el encuentro, el diálogo y la concertación de alianzas entre diferentes organizaciones sociales de la región y entre éstas y representantes de los gobiernos locales y del MERCOSUR. Por otra parte, el debate que ha generado, implica un punto de partida para el diseño de políticas socioculturales de carácter regional y sobre el relacionamiento entre la acción de los Estados y la iniciativa privada en el fomento de la producción cultural.

El Nodo Uruguay

La Fundación SaludArte (organización civil uruguaya dedicada a la promoción de salud a través del arte y del humor), integra RLATS desde noviembre de 2007, año en que también se integraron a la red organizaciones de Guatemala, Costa Rica y Honduras. A principios del año 2010, SaludArte inició los contactos con otras organizaciones de Montevideo y Canelones para la creación del nodo uruguayo de RLATS, buscando aunar esfuerzos para lograr un mayor impacto de las actividades, optimizar medios y posibilitar una mayor cooperación entre las diversas organizaciones.

Las instituciones que la conforman son: Circo El Picadero, Fundación por la Paz y el Desarrollo Armónico, Fundación SaludArte, Instituto de Promoción Económico Social, La Mancha, Mundo Afro, Teatro El Galpón y Trafal.

Los días 11 y 12 de junio se realizó el lanzamiento de RULATS en Montevideo con la presencia de representantes del Parlasur (diputado Doreen Ibarra), del Parlamento Nacional (senador Óscar López Goldaracena), del la Dirección de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura (Leonardo Rodríguez, director de Ciudadanía Cultural), de la Secretaría de

Ciudadanía Cultural del Ministerio de Cultura de Brasil (TT Catalão), de RLATS (Inés Sanguinetti) y de RULATS (Rasia Friedler).

Este primer encuentro entre las organizaciones civiles y las autoridades nacionales y regionales, si bien hasta el momento no ha tenido mayores repercusiones a nivel político, significó el inicio de un diálogo cuya continuidad dependerá de la eficacia de los primeros y la voluntad de los segundos.

“Esperamos facilitar y potenciar el impacto de las acciones y estrategias de cada sector y acompañar la campaña latinoamericana que ya está en marcha”, puntualizó Rasia Friedler en la mesa de apertura.

En este sentido, el evento realizado en Montevideo, facilitó el estrechamiento de los lazos entre las direcciones de cultura de Brasil y Uruguay, quienes desde entonces intercambian de manera fluida información sobre sus diferentes programas y acciones, organizando seminarios y foros sobre estos temas.¹²

Por su parte RULATS, luego de su fuerte impulso inicial, al momento de escribir estas páginas se encuentra en una fase de “estancamiento”, en la que discute sus objetivos para el año 2011 y el modelo de gestión con el cual habrá de funcionar (centralizado en una directiva, descentralizado en comisiones, etc.).

Por otro lado, si bien reina un clima de cordialidad y simpatía, ya se vislumbran las tensiones y dificultades inherentes a este tipo de redes: no todas las organizaciones participan con la misma continuidad o compromiso, se hacen reclamos y llamados de atención por estos temas, etc. Como señala Wanderley (2004), es necesario evitar las visiones que vanaglorian la Sociedad Civil como espacio de todas las virtudes. Nadie dijo que el ejercicio de la ciudadanía y el protagonismo social eran cosa fácil. Sin embargo, todas estas dificultades deberán ser a sorteadas mediante debates e intercambios, asperezas y negociaciones que son inherentes a toda construcción democrática.

La “Cultura Mercosureña”

La discusión sobre el MERCOSUR *“ha girado en torno a dos modelos: mientras uno supone la construcción de una 'Zona de libre comercio', el otro habla de una integración regional. (...) En un caso estaríamos en una situación donde lo negociado serían aranceles,*

¹² Un ejemplo de ello fue la organización de la Conferencia de Cultura de Frontera e Integración Cultural, realizada los días 29 y 30 de agosto 2010 en las ciudades fronterizas de Río Branco y Yaguarao.

circulación de bienes y eventualmente de personas pero no iría más allá de acuerdos económicos. En el segundo caso, la integración sería mucho mayor y obligaría a una serie de paulatinos acuerdos y convergencias que no se limitaría a lo económico sino que podría incluir lo político y lo social" (Achugar y Bustamante 1996: 127).

En el marco de este trabajo, hemos visto que aunque la postura preponderante sea aquella que define al MERCOSUR como una integración meramente económica, es claro que el proceso despertó expectativas que fueron más allá de sus propósitos iniciales (Martínez Salgueiro, 2005).

No obstante la debilidad institucional del bloque y las diferentes amenazas a su continuidad, ocurren en paralelo a procesos de convergencia que podríamos denominar "*para-MERCOSUR*", en los que diferentes actores sociales se apropian y re-dimensionan los discursos más difundidos en torno a la integración regional.

Dichos discursos, generalmente refieren a la integración regional, como receta para el crecimiento económico y el desarrollo, apelando a una historia en común, marcada por el colonialismo, las gestas revolucionarias y sus héroes libertarios.

Apropiados por las organizaciones sociales, el énfasis de los discursos se mueve de los beneficios de la unión económica a la discusión sobre el concepto de desarrollo; ya no como mero crecimiento económico, sino como proyecto para la plena realización del ser humano; teniendo en cuenta, además de sus necesidades de subsistencia, sus derechos sociales, civiles y culturales.

En este sentido, los procesos de integración hacen imprescindible un cambio en la percepción del otro, no ya como "*vecino*", sino como compañero de emprendimientos y objetivos. Lo que algunos autores llaman "*la dimensión cultural de la integración*" (Bayardo, 2010), implica la construcción de una comunidad de valores que nos identifique como una unidad más allá de las diferencias y la diversidad.

La Campaña Continental "*Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social en América Latina*", significa un gran aporte al respecto: la sinergia de esfuerzos en un proyecto común a toda la región; y la convergencia en cuanto a una concepción de desarrollo marcado por la inclusión social y el respeto a los derechos humanos.

Conclusión

En suma, la campaña llevada adelante por la Red Latinoamericana de Arte y Transformación Social y la Articulación Latinoamericana Cultura y Política implica varios aspectos en torno a su dimensión regional.

Primero, señala un ámbito de participación de la Sociedad Civil en el proceso de integración del MERCOSUR, buscando incidir en la definición de políticas socio-culturales para la región.

En segundo lugar, ésta participación ha implicado la definición de objetivos, el desarrollo de alianzas y de estrategias, debates y negociaciones, mediante los cuales se ha iniciado el ejercicio de una ciudadanía de carácter regional.

Finalmente, en un contexto de fragmentación social, la campaña “*Arte, Cultura, Comunicación y Protagonismo Social*” busca generar, a través de diferentes encuentros locales e internacionales, una subjetividad común que integre - en base a valores compartidos de respeto a la diversidad cultural, participación e inclusión social - a los ciudadanos del MERCOSUR y el resto de América Latina.

Si los discursos desde el ámbito político refieren a un pasado en común; la Sociedad Civil que participa de la campaña, apela a la construcción de un futuro común, al sueño de una América Latina que a través de su música, sus danzas, su alegría y su expresión, logre transformar un presente de limitaciones y exclusión.

Bibliografía

ACHUGAR, Hugo y BUSTAMANTE, Francisco. 1996. *MERCOSUR, intercambio cultural y perfiles de un imaginario*. En: García Canclini, N. (Coord.) “Culturas en globalización. América Latina - Europa - Estados Unidos: libre comercio e integración.” Nueva Sociedad, Caracas.

BALÁN, Eduardo. 2010. Arte y Transformación Social. <http://www.artetransformador.net>

BAYARDO, Rubens. 2010. *Regionalización e Integración Cultural en el MERCOSUR*.
<http://www.naya.org.ar/articulos/global02.htm>

BOZZOZERO, Lincoln. 2005. *La agenda del MERCOSUR y los derechos humanos. ¿Hacia una comunidad regional...*
http://www.observatoriomercosur.org.uy/.../Ponencia_de_Bizzozero.pdf

CELIBERTI, Lilián. 2004. *Programa Regional, Mujer y Democracia en el Mercosur*. En: De Sierra, G. y Bernal M. (Comp.) “Democracia, Gobernanza y Desarrollo en el Mercosur. Hacia un proyecto propio en el Siglo XXI.” UNESCO-CLACSO. Montevideo

FERNÁNDEZ, Edgar. 2007. *Las Relaciones Culturales en el proceso de integración regional del MERCOSUR*.
<http://www.acaderc.org.ar/doctrina/articulos/artrelacionesculturales>

IZQUIERDO, Silvia. 2005. *Los procesos regionales y los derechos humanos. La experiencia europea y el recorrido del Mercosur*.
http://www.observatoriomercosur.org.uy/UserFiles/File/Ponencia_Silvia_Izquierdo.pdf

MARTÍNEZ SALGUEIRO, María Elena. 2010 *Estado y sociedad civil en el marco del MERCOSUR*.
http://www.observatoriomercosur.org.uy/.../estado_y_sociedad_civil_en_el_marco_del_mercosur_26.php

ROITTER, Mario. 2010. *Prácticas Intelectuales, Académicas y Extra-Académicas sobre Arte Transformador: Algunas Certezas y Ciertos Dilemas*.

http://www.artetransformador.net/sitio/images/biblio/arte_y_transform_social_mario_roitter.pdf

WANDERLEY, Luiz. 2004. *Sociedade Civil, Integracao Regional e Mercosul*. En: De Sierra, G. y Bernales M. (Comp.) “Democracia, Gobernanza y Desarrollo en el Mercosur. Hacia un proyecto propio en el Siglo XXI.” UNESCO-CLACSO. Montevideo