

## CUENCA, FORMACIÓN CONTINUA COMUNITARIA

### Actividad 03: Cuadernillos, fanzines y documentos sobre temas de Cultura Comunitaria.

Durante el segundo periodo del año CUENCA, Formación Continua Comunitaria desarrolló y publicó **un número** dirigido especialmente a las personas integrantes de la Dirección General de Vinculación Cultural Comunitaria, pero accesibles a todo público, con el objetivo de continuar profundizando en los temas de cultura comunitaria y promover estrategias de discusión colectiva al interior de los equipos de trabajo.

Es importante mencionar que debido a los esfuerzos destinados al apoyo en Macro Unidades de Vacunación, no alcanzamos la meta prometida para los primeros dos trimestres del año en la Actividad 03: Cuadernillos, fanzines y documentos sobre temas de Cultura Comunitaria. En este segundo trimestre, la publicación que se realizó es la siguiente:

- 1 edición de Aguaceros, cuadernillo de formación



#### **Aguaceros, cuadernillos de formación no. 5 : Hegemonía cultural.**

En algunas referencias literarias ya se advierte que nuestras visiones, ideas y apreciaciones del mundo no siempre se corresponden entre sí. Antoine de Sant – Exupéry lo sintetiza en la frase más célebre de su obra *El Principito*: “Lo esencial es invisible a los ojos”. El mundo tal como nos lo han contado, como nos lo han enseñado, como hemos tenido que aprender a interpretarlo, puede que no sea tal cual lo hemos apreciado. Si esto es así, entonces, el mundo es una construcción que no ha sido hecha por nosotros: algo que nos antecede. Aun así, contribuimos a su permanencia. Y es que, efectivamente, la

percepción de la realidad es una construcción social precedida de valores morales, estéticos, políticos y religiosos, que nos permiten poder entendernos en ella. Muchos de esos valores han sido instituidos antes de que podamos integrarlos a una manera singular y propia de entender la vida; y, al reproducirlos y mantener su vigencia,

formamos parte de una manera de concebir el mundo en su conjunto. Parte de esta es lo que podríamos entender hoy como hegemonía cultural.

Sin embargo, no significa que la hegemonía cultural sea aceptada de manera plena y total por cada uno de los individuos que conforman la sociedad; ésta también nos permite movernos en un sistema de símbolos y valores imperantes en nuestra época. Y así, comprender por qué el mundo es de una manera y no de otra, y tratar de ver por qué otras sociedades tienen sistemas de símbolos y valores distintos a los nuestros. Éstas son dos cuestiones que nos hacen reflexionar sobre la manera en la que participamos de la construcción de la realidad social en cada una de sus dimensiones: trabajo, sexo-género, subjetividad-intersubjetividad; o, para decirlo de otro modo, identidad, autoridad colectiva y naturaleza.

Actualmente los medios de comunicación y la industria cultural (entiéndase: cine, radio, televisión, etc.) son medios de transmisión de una comprensión a veces totalizante de lo que es y debería ser o entenderse como cultura. Con frecuencia, esta comprensión está impulsada bajo una lógica de consumo, en función de que la oferta artística se base en la ganancia que pueda tener. Así, también, en términos estéticos, difunde y reproduce una mirada de lo bello y de lo bueno desde una perspectiva cultural dominante (la de Occidente). Y esto influye en cómo vemos y distinguimos, por ejemplo, un cuerpo blanco como referente de lo hermoso, o visiones individualistas como el comportamiento idóneo frente a nuestros semejantes. En ese sentido, dentro de la cultura transnacional podemos ver no sólo el mismo formato de programas ya sea de concursos, de noticieros o deportivos, sino la misma oferta cultural a través de las plataformas electrónicas.



Podemos estar en cualquier parte del mundo gozando, en términos generales, de los mismos contenidos, pero según estudios de mercado que redirigen nuestros gustos recreativos o artísticos.

En este panorama las expresiones artísticas locales de las comunidades quedan invisibilizadas, y sólo se difunden si logran posicionarse como una oferta de lucro y ganancia, no por los valores éticos, religiosos o políticos que puedan ofrecer. En este cuadernillo disponemos definiciones de hegemonía a la luz de asunto cultural, en contraste con referencias y experiencias cuestionadoras del tema, o contrarias a él, contra hegemónicas. Todo este conjunto apunta a una discusión en la lectura sobre el lugar y el papel de la cultura comunitaria en los distintos espacios que habitamos, para comprenderla también como un proceso de construcción distinto al experimentar y desarrollar la vida cotidiana impulsada por valores como la solidaridad, la cooperación, la equidad, la reciprocidad, la diversidad y la colectividad.

LIBRO

# Manifiesto

(hablo por mi diferencia)

No soy Dueño ni plébeo anglicanista  
 No soy Gimbong según los de Cuba  
 Me voy con mi amor de persona  
 No a nadie a dudar  
 Aquí está el amor  
 Hablo por mi diferencia  
 Defiendo a la que soy  
 y no soy tan raro  
 Me apena la quejida  
 y me quejo de esta en esta democracia  
 Para no ser parte del que olvidado  
 Porque ser parte y no serlo es grave  
 Hay que ser parte para ser todo  
 Si debe ser así es la realidad de la quejida  
 De un padre que no es  
 Porque a mí me gusta y a ella le gusta  
 Entonces es madre de mayor quejida por el otro  
 De quejida de quejida  
 de quejida de quejida  
 Por todas las quejidas  
 Por todas las quejidas  
 Como la quejida  
 Porque la de todas  
 Porque la de todas quejidas  
 y más a la de todas  
 y de todas el socialismo  
 ¿estamos?  
 quejidas con nosotros compañeros  
 ¿Son nosotros de las quejidas en quejidas  
 quejidas a quejidas la quejida?  
 ...

Por Néstor Cermeño



¿ Qué libro, y luego en la guardiana y el programa. Los libros están en el momento en un país quejida de la quejida de quejidas de 1988, en Santiago de Chile. CPV de la quejida, Casa de la quejida, Círculo de la quejida, Santiago. Los libros de la quejida, 1987, pp. 12-14.

37