**VI CONFERENCIA CIENTÍFICA INTERNACIONAL DE ESTUDIOS HUMANÍSTICOS CIESHUM 2023**

**Promotor Cultural e Identidad local, una mirada desde el imaginario y la representación social**

***Cultural promoter and local identity, a look from the imaginary and social representation***

 **Alina F. Abreu Cortes1, Ramón Alberto Manso Rodríguez1**

1. Centro de Investigación Cultural Samuel Feijóo, Cuba. cfeijoodir@cenit.cul.cu

**Resumen:**

* **Problemática:** El estudio parte de la necesidad de develar la relación existente entre los imaginarios colectivos, las representaciones sociales, el accionar del promotor cultural y su influencia para la conservación de la identidad local.
* **Objetivo(s): R**eflexionar acerca de las diversas expresiones, que aparecen configuradas en este colectivo concreto, el de los Promotores Culturales.
* **Metodología:** Para su realización se empleó el método empírico del análisis documental clásico, mediante el cual se identificaron, evaluaron e interpretaron diferentes fuentes de información disponibles, relacionadas con la temática en estudio.
* **Resultados y discusión:** Se aborda la dimensión del accionar del Promotor cultural, se establece las características de su representación en su interacción con el medio sociocultural y finalmente se proponen caminos investigativos que permitan identificar y descifrar las tendencias que sobre el tema existen en el contexto villaclareño.
* **Conclusiones:** Se corrobora, desde lo teórico, como la teoría de las Representaciones Sociales permite definir los núcleos centrales y núcleos periféricos de los sujetos en las organizaciones que permean sus prácticas, así como la vinculación con la identidad cultural de los lugares.

***Abstract:***

* ***Problem:*** *The study is based on the need to reveal the relationship between collective imaginaries, social representations, the actions of the cultural promoter and their influence on the conservation of local identity.*
* ***Objective(s):*** *Reflect on the various expressions that appear configured in this specific group, that of Cultural Promoters.*
* ***Methodology:*** *To carry it out, the empirical method of classic documentary analysis was used, through which different available sources of information related to the topic under study were identified, evaluated and interpreted.*
* ***Results and discussion:*** *The dimension of the actions of the Cultural Promoter is addressed, the characteristics of its representation in its interaction with the sociocultural environment are established and finally investigative paths are proposed that allow identifying and deciphering the trends that exist on the subject in the Villa Clara context.*
* ***Conclusions:*** *It is corroborated, from a theoretical perspective, how the theory of Social Representations allows defining the central nuclei and peripheral nuclei of the subjects in the organizations that permeate their practices, as well as the link with the cultural identity of the places.*

**Palabras Clave:** Representaciones sociales; Imaginarios sociales; Promotor Cultural; Identidad

***Keywords:*** *Social representations; Social imaginaries; Cultural Promoter; Identity*

**1. Introducción**

El promotor cultural constituye un guía que encamina a los residentes de una comunidad a una educación cultural adecuada a las necesidades propias de su área de residencia, manteniendo vivo los procesos de identidad que lo caracterizan. En el contexto nacional, el promotor cultural surge como profesional en el sistema institucional de la Cultura Cubana a principios de los 90, pero desde 1985 se venía hablando de tal figura, sobre todo por el Centro de Estudio de las Relaciones Interamericana (CIERI). Desplegándose ampliamente en el 2004 con el incremento del número de Promotores Culturales en los diferentes consejos populares.

Por su papel, el promotor cultural, según el criterio de Martín (2010), resulta un componente necesario de los procesos de desarrollo sociocultural, pues ha de ejercer en ellos una función dinamizadora, y de hecho ha de ser portador de esos procesos como fortalezas que aseguran su competencia para tales desempeños. En este sentido, señala Hernández (2013), que las acciones culturales pueden ser más fecundas si el promotor o gestor cultural se asume como un agente educador, si se asume como un facilitador de encuentros culturales significativos.

Ahora bien, con la representación social del promotor cultural, se busca detectar la ideología, las normas y los valores, así como, sus grupos de pertenencia y referencia, según el medio cultural en que desarrollan su labor. Según Pacce (2020), mediante la representación social, se identifica el contexto social en el cual se insertan las personas, se busca el lugar que ocupan en la estructura social, y las experiencias concretas con las que se enfrentan a diario, su identidad social y la forma en que perciben la realidad social. Constituyendo el énfasis en lo colectivo y en la comprensión de la realidad social a partir de su construcción social, los elementos centrales de esta teoría.

**2. Metodología**

La metodología seguida para la realización del estudio fue cualitativa, del tipo descriptiva, con lo cual se develan elementos que caracterizan el objeto de estudio. El mismo se basa en el empleo del método empírico del análisis documental clásico, para la identificación y valoración de las fuentes de información accesibles, que relacionadas con la temática en estudio, permitieron el desarrollo de la misma y arribar a conclusiones.

**3. Resultados y discusión**

Refiere Colombres (1991), que un […] promotor cultural es la persona que hace avanzar la cultura, que estimula la actividad cultural. Por su parte Frías (2019), asevera que dicho profesional busca que su línea de trabajo dirija los destinos de un pueblo o una colectividad, sobre la base de la cultura, comprometiéndose y generando estrategias para lograrlo, apoyándose en los demás integrantes de la comunidad. Para ello, debe conocer y dominar las tradiciones, los valores culturales y los simbólicos, que conforman los elementos identitarios que, transmitidos de generación en generación, se vivencian en mayor o menor medida, en cada integrante la comunidad.

Su labor se centra en mantener viva la identidad de un espacio-lugar, que según Frías (2019) proviene de una devoción hacia algo relacionado con el valor que se le da a cada acción efectuada por el sujeto en relación a los otros, así como al contexto en donde se propicia. Esta identidad personal conforma la identidad comunitaria, donde convergen: la lengua, la comida, los ritos, las creencias y las tradiciones que conservan. A su vez, la identidad comunitaria, se transforma en identidad cultural, definida ésta, como una serie de diferentes construcciones de sentido que sobre sí mismos producen colectivos de personas, comunidades de diversas regiones o naciones. Se convierten en el imaginario social entre todos los miembros enmarcados por un territorio, así como por sus ritos, creencias y tradiciones que han logrado conservar desde sus orígenes (Altez, 2016)

Las identidades son elementos esenciales para garantizar la presencia y la preservación de los espacios comunitarios, tradiciones y costumbres ante una realidad, los embates de la interculturalidad y la globalización cultural, que tienden minimizarlos o desaparecerlos. La identidad, constituye entonces, la representación de sí mismos producida por los miembros de una comunidad generando prácticas y sentidos de pertenencia a la misma lo cual los diferencia de los demás.

En el camino de reconocer las identidades, la representación social del promotor cultural, favorece conocer sus miradas y sus prácticas respecto a su función y accionar dentro de su comunidad. Según referencia, Abric (2001), las representaciones sociales tienen cuatro funciones: la de saber, la identitaria, de orientación y justificadora. En el proceso de caracterización de una representación social es importante hacer referencia a los contenidos o las formas de representación, a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones.

De este modo, se asume que la primera función, la de saber, le permite al individuo adquirir conocimiento sobre el proceso social e integrarlo a su accionar diario, propiciando el intercambio social, la transmisión y la difusión de ese saber. La función identitaria permite ubicar a los sujetos en interacción con los demás, por su parte, la de orientación resulta guía para la acción del individuo y del grupo social, para a partir del conocimiento adquirido determinar el objeto de la situación a priori, o sea anticiparse, pero también generar expectativas al sujeto. Por último, la justificación de las posturas y los comportamientos, partiendo del análisis y la prospectiva del problema analizado.

Señala Vecina (2008) que el contexto social incide sobre las representaciones sociales y las características particulares en las que quedan configuradas. Dado que, es en el contexto social, donde tiene lugar la interacción entre unos y otros, es importante considerarlo a la hora de configurar y de procesar la interiorización de unas u otras representaciones sociales, de ahí la necesidad de analizar el marco social, tanto en el que se desenvuelven los que son percibidos y los que participan en esas representaciones. Pero a su vez, este elemento hace que las representaciones sociales no sean permanentes, sino que cambien según la trasformación del escenario en estudio.

En el proceso de caracterización de una representación social es importante hacer referencia a los contenidos o las formas de representación, a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones. [Materán (2008)](#_ENREF_28), propone algunas funciones que ayudan a elaborar cierta representación social de un fenómeno en cuanto a:

* Hacer convencionales los objetos, personas y eventos que se encuentran en la vida cotidiana; otorgándole una forma definitiva, localizándolo en una categoría y establecerlo como modelo de cierto tipo, distinto y compartido por un grupo de personas.
* Propiciar la comunicación entre las personas, comunicación que implica tantos puntos de vista compartidos como divergentes sobre diversas cuestiones.
* Promover el pensamiento colectivo y la reflexividad de los grupos siendo estos requisitos fundamentales para lo que se denomina identidad social; es decir el conocimiento del grupo al que se pertenece.
* Justificar las decisiones y conductas que se dan en las interacciones sociales.

Los autores [Gómez Plata *et al.* (2013)](#_ENREF_19) presenta diversas funciones que cumple las representaciones sociales en la práctica.

* Funciones de saber: Permite entender y explicar la realidad.
* Funciones identitarias: Definen la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos.
* Funciones de orientadoras: Conducen los comportamientos y las prácticas.
* Funciones justificadoras: Permiten justificar un comportamiento o toma de posición, explicar una acción o conducta asumida por los participantes en una situación determinada.

Las representaciones sociales son modalidades específicas de conocimiento del sentido común que se construyen en los intercambios de la vida cotidiana, es un fenómeno producido de forma colectiva y que ocurre en la intersección entre lo psicológico y lo social, de ahí su impronta para abordar los elementos que identifican al promotor cultural en el imaginario de la comunidad donde labora.

Conviene destacar, que los estudios que emplean la teoría de las representaciones sociales han probado ser eficaces para investigar fenómenos que acontecen entre los miembros de una colectividad y la sociedad en general, dada su naturaleza abierta, según comenta Villarroel (2007), lo cual permite la integración de las experiencias subjetivas individuales y de los sistemas de interacción social, y en consecuencia concierna tanto a los procesos de producción y transformación del conocimiento común respecto a diferentes objetos sociales, como a los campos cognoscitivos estructurados que contienen los sistemas de representación.

Señala Frías (2019) que la finalidad de los promotores culturales es el establecimiento de situaciones para la generación de construcciones además de la renovación de significados y la circulación de formas simbólicas generadas en los miembros de una comunidad. Por ello toda actividad cultural que promueva el promotor cultural contribuye a enriquecer el acervo cultural y la calidad de vida de los comunitarios. Enriquece espiritualmente al hombre en la medida en que sea capaz de disfrutar y recrearse con todas las manifestaciones del arte y con la amplia gama de actividades culturales.

Las representaciones sociales sitúan la necesidad de conocer los procesos sociales de construcción de la realidad, por tanto es una forma de conocimiento social. De ahí que juegan un importante papel en descubrir las estructuras simbólicas que dan sentido a una realidad y orientan sus comportamientos.

**4. Conclusiones**

Las representaciones sociales permiten comprender cuales son las interacciones sociales, prácticas e ideas entre los miembros de la comunidad, así como, sensibilidades, emociones, intereses y deseos de estos, para a partir de ello, elaborar propuestas adecuadas que conlleven a lograr una orientación a lo deseable.

En fin, dado que la investigación en representaciones sociales es de utilidad para estudiar fenómenos que ocurren en la interfaz entre la persona y la sociedad, se reafirma su importancia para conocer el comportamiento de un profesional, como el promotor cultural y su incidencia en el rescate y preservación de la identidad cultural.

**5. Referencias bibliográficas**

Altez, Y. (2016) Hermenéutica y configuración histórica de identidades culturales. Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas, (22), 63-80.

Colombres, A. (1991). Manual del promotor cultural. Documentos y materiales de trabajo. Editorial Humanitas: Buenos Aires

Frías López, A.K. (2019). Prácticas de promotores culturales en comunidades indígenas del sur de México. Antropología Experimental, (19), 331-344. <https://dx.doi.org/10.17561/rae.v19.28>

Gómez Plata, M., *et al.* (2013). Representación social del psicólogo en el área de la salud: un estudio cualitativo en la facultad de ciencias de la salud de la universidad del Magdalena. *Psicología desde el Caribe,* 30**,** 91-122

Hernández, A. (2013). Promoción y Gestión cultural: Intención y acción, en: Patrimonio Cultural y Turismo. CONACULTA: México.

Martín, A. (2010). Promoción cultural. Una nueva mirada. Selección de lecturas, La Habana: Centro Nacional de Superación para la Cultura.

Materán, A. (2008). Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa. *Geoenseñanza*, 13, 243-248.

Vecina Marchante, C. (2008). Representaciones sociales, prensa, inmigración y escuela. El caso de Son Gotleu. Tesis Doctoral. Departament de Pedagogía i Didáctiques Especifiques i Departament de Pedagogía Aplicada i Psicología de l'Educació. Universitat de les Illes Balears.

Villarroel, G. E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum, Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(49), 434-454