

La construcción de públicos implícitos en las organizaciones culturales de Tres de Febrero

Florencia Agostina Iglesias

Directora Académica: Alejandra Sánchez Antelo

Licenciatura en Gestión del Arte y la Cultura
Departamento de Arte y Cultura
Universidad Nacional de Tres de Febrero

2022

Resumen

La reciente emergencia y consolidación de la escala local como un posible ámbito de actuación cultural ha visibilizado la relevancia que porta la consideración de las particularidades territoriales en el diseño e implementación de políticas culturales y en los procesos de gestión cultural. La presente ponencia se centra en el análisis de las construcciones de públicos implícitos de las organizaciones culturales del sector sociocomunitario y público de Tres de Febrero. A partir de estudios de caso se indaga, en articulación con las especificidades territoriales del conurbano bonaerense, en la vinculación entre tales construcciones y percepciones y la configuración de la oferta local. Los resultados del estudio permiten identificar las principales relaciones existentes entre la dimensión territorial y comunitaria y la configuración de la oferta y sector cultural del partido, y algunas de las tensiones que subyacen en la construcción de las políticas culturales locales y en las relaciones identitarias de los agentes implicados.

La construcción de públicos implícitos en las organizaciones culturales de Tres de Febrero

Introducción

La presente ponencia se propone analizar las construcciones de públicos implícitos que subyacen en las concepciones de las organizaciones culturales del sector sociocomunitario y público de Tres de Febrero a partir del estudio de casos. Se parte del interrogante sobre qué públicos implícitos se construyen desde las organizaciones culturales locales con el objetivo de reflexionar sobre tal categoría en articulación con las especificidades territoriales del conurbano bonaerense. Asimismo, se propone un análisis de las características atribuidas a los públicos y en qué medida las percepciones de los agentes contribuyen al sostenimiento de estereotipos sobre la comunidad y el territorio. Esta ponencia tiene como punto de partida la investigación de mi trabajo final de grado “La oferta cultural en el conurbano bonaerense. Un análisis en clave comparada” (2022). Los casos de estudio se centran en el Cine-Teatro Paramount, de gestión pública, y tres organizaciones culturales del sector sociocomunitario: la Biblioteca Popular de Ciudad Jardín, la compañía de teatro Compañía Nacional de Fósforos y el Centro Cultural Raíces Compañeras. Para evitar ciertos sesgos investigativos se privilegió una selección que abarcara la realidad territorial de diversas localidades del partido y respondiera a distintos tipos organizacionales. En el caso del Cine Teatro Paramount, su elección se fundamenta en el hecho de que, tal como sostiene Bayardo (2008), gran parte de las voluntades de promover intervenciones y articulaciones entre organismos de distintas escalas, durante los últimos años, se reflejaron solo en programas concretos. Uno de ellos es el de Espacios INCAA en el que se enmarca el Cine Teatro Paramount. Asimismo, este espacio se destaca por ser uno de los pocos cine-teatros de gestión municipal existentes en el conurbano bonaerense, y por fuera de los grandes conglomerados comerciales. En términos metodológicos, se optó por un enfoque cualitativo con entrevistas semiestructuradas y análisis de documentos y redes sociales. Una de las dimensiones de análisis en torno a la oferta se centró en los públicos implícitos (Rosas Mantecón, 2003) y su relación con el eje comunitario y territorial, de acuerdo a las percepciones de los miembros de las organizaciones relevadas.

Caracterización del partido

El partido de Tres de Febrero es uno de los municipios que conforma el Gran Buenos Aires. Esta área, también conocida como conurbano bonaerense, refiere al territorio urbano que se extiende alrededor de la Capital Federal. Tres de Febrero cuenta con 340.071 habitantes (Censo Nacional, 2010), el 2,85% de la población total de esa área y está compuesto por 15 localidades. Este pertenece al primer cordón del conurbano bonaerense, es decir a aquella franja de partidos más próximos en términos de continuidad geográfica a CABA. Respecto de sus aspectos sociales y territoriales se destacan su alta densidad poblacional, una actividad económica centrada en la manufactura, comercio y servicios, su disposición de centros históricos y demográficos claramente identificados y su estrecha cercanía a CABA y otros municipios del AMBA en términos geográficos. Asimismo, la circulación y movilidad de su población se orienta, principalmente, hacia estos puntos.

En relación, específicamente, con la oferta cultural, la misma se concentra en los centros urbanos del partido que, al mismo tiempo, son los que disponen de un mayor grado de heterogeneidad y diversidad en sus propuestas artístico-culturales. Por tanto, tal como se desprende de la investigación previamente citada, las desigualdades y fragmentación socioterritorial que, sobre el esquema centro-periferia, configuran a las localidades del interior del partido, también se reflejan en la concentración de la oferta cultural, la estructuración del sector y la proliferación y diversidad de tipos organizacionales y acciones específicas.

Noción de territorio

A partir del desarrollo del sector cultural, los Estados han asumido, paulatinamente y en diversas medidas, la responsabilidad de “orientar con políticas culturales sus intervenciones en el territorio (...), dotándose de estructuras administrativas, normativas y financieras específicas” (Bayardo, 2008: 18). En la escala local como ámbito de actuación cultural posible y en las políticas que desde ésta se impulsan subyacen múltiples sentidos de territorio y comunidad. Uno de ellos se corresponde con su acepción antropológica, en sus diversas corrientes, que concibe al territorio como espacio de construcción de identidades y relaciones sociales en un determinado tiempo histórico. Es decir, como espacio de construcción social y política, de articulación de decisiones y de desarrollo de diversas dinámicas relacionales. Esta se ha consolidado con mayor fuerza dentro de los debates sobre políticas públicas, especialmente urbanas y culturales, tras el

reconocimiento de la importancia que conllevan las especificidades y particularidades de los territorios para la adaptación de agendas y el desarrollo de distintas formas de intervención

Considerar la dimensión territorial de los fenómenos políticos significa así tomar al territorio como uno de los aspectos constitutivos de dichos procesos; esto es, analizar la relación entre espacio y sociedad en un doble sentido: el que refiere a la localización o ubicación espacial de las relaciones sociales, y el que visualiza la construcción social del territorio como uno de los componentes esenciales de la espacialidad (Carmona, 2014: 26).

Desde esta perspectiva, y tal como sostiene Ferreño (2013), las políticas culturales conciben al territorio en el que se insertan no como “un determinante geográfico, sino fundamentalmente una construcción histórica y una práctica cultural” (9). Esto implica privilegiar su papel en la construcción identitaria¹ y como síntesis histórica y de memoria en el marco de la diversidad.

En línea con esta acepción, se considera pertinente analizar las concepciones de los agentes culturales en torno a sus construcciones de público implícitos, el territorio y la comunidad local en forma conjunta. Esto posibilita la adopción de una perspectiva más integral de las especificidades y particularidades de la relación entre sociedad y territorio que atraviesan al sector. Cabe destacar que, tal como sostiene Rosas Mantecón (2003), estas construcciones no se centran en los públicos reales sino en constructos que influyen en los modos en los que se configuran las organizaciones y sus respectivas ofertas, y que responden a las propias percepciones de sus agentes, siempre en vínculo con el espacio de pertenencia.

Concepción de territorio y construcción de públicos implícitos

En términos generales, las organizaciones caracterizan a sus públicos de acuerdo a su rango etario y residencia. En relación al primer factor se detectan ciertas diferencias entre sectores. En el caso del sector público, su grupo se encuentra claramente definido y se concentra en adultos y adultos mayores. En el caso del sector sociocomunitario se abarca un rango etario mayor. Y, al mismo tiempo, este aspecto varía de acuerdo al tipo de actividad concreta que se impulse desde la organización. Respecto de la residencia, todas las organizaciones coinciden en públicos

¹ Si bien el análisis de la noción identitaria excede los alcances de la presente ponencia, cabe aclarar que se entiende a la identidad como una construcción simbólica, compleja, dinámica e histórica, en contraposición con perspectivas esencialistas, que se inserta en un entramado político y cultural específico atravesado por relaciones sociales y de poder (Hall, 2000; Ortiz, 1996)

provenientes de la localidad en la que se insertan y/o localidades o municipios aledaños. En este sentido, la cuestión de la cercanía geográfica en relación al domicilio es percibida como un criterio central en la elección de la comunidad por una oferta cultural específica. Aún más, ésta constituye una de las mayores potencialidades que las ofertas culturales locales parecen presentar en tanto posibilidad de acceso sin necesidad de grandes desplazamientos.

Respecto del sentido de pertenencia territorial, el mismo refiere primeramente a la localidad específica en la que cada organización se ubica y, en segundo lugar, a Tres de Febrero. En este sentido se identifica una lógica aislacionista, en relación a las localidades que constituyen al partido, que restringe la percepción del territorio y los alcances del trabajo cultural sólo a los límites geográficos de esta porción. A una escala menor, es posible considerar que la misma lógica se replica en articulaciones organizacionales limitadas y que se materializan en la ausencia de un circuito cultural local. Tal sentido de pertenencia cobra otra forma en relación al conurbano bonaerense. En el caso del sector sociocomunitario este sentido de pertenencia se enuncia sólo en referencias y lógicas de contraposición a Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Es decir, para remarcar algún aspecto contrario o distinto del circuito cultural porteño se apela a un “nosotros” que contiene al conurbano bonaerense como referente identitario común, pero solo en esos casos. En el sector público, este sentido no ha sido mencionado. Sin embargo, este sí emerge en las percepciones que otros agentes del sector presentan sobre la organización. El principal ejemplo de ello es el INCAA que, según los agentes, consideran al Cine-Teatro Paramount como el *Gaumont del Conurbano*. Es decir, la ciudad de Buenos Aires se constituye como una referencia tanto para establecer lógicas de semejanza, ligadas a su asociación al éxito, como de diferenciación. Por otra parte, las referencias exitosas en materia de gestión cultural municipal y de consolidación de un circuito para el sector sociocomunitario se construyen en torno a otros partidos del conurbano bonaerense, especialmente los partidos vecinos de Morón y General San Martín. Estas mismas referencias comparativas son las que operan para definir al partido como un *espacio híbrido* entre aquellos que presentan un gran desarrollo de políticas culturales a nivel local y los que muestran cierta deficiencia e inactividad en esta materia.

Las particularidades de la gestión en el territorio de Tres de Febrero se centran, principalmente, en las dificultades para la convocatoria de público. Así como la cercanía geográfica se constituye como una fortaleza de la oferta local para la comunidad aledaña, las posibilidades de transporte y circulación también representan un obstáculo para públicos ubicados en zonas alejadas. El

acotado horario de circulación del transporte público local, en conjunto con la ausencia de servicios de transporte hacia ciertas partes del territorio y la baja actividad nocturna de la zona, son aspectos que han mencionado en este sentido. Asimismo, se destaca una mayor facilidad en la circulación desde Tres de Febrero a Capital Federal que, sin embargo, solo se materializa en esta única dirección. Es decir, la mayoría coincide en que el público porteño no se traslada por fuera de CABA para asistir a este tipo de actividades, sino que lo hace el público de Tres de Febrero. A ello se añade la presencia de imaginarios que invisibilizan la existencia de una oferta cultural en el partido y limitan las posibilidades de conformación de una escena local propia. En otras palabras, imaginarios que consideran que dentro del municipio no existen propuestas artístico-culturales ni posibilidades de generarlas, y que, para poder acceder a ellas, es necesario trasladarse a otras zonas.

Pese a las dificultades que las organizaciones detectan en relación a sus comunidades, el sector sociocomunitario se alinea, de diversas formas y en distintos grados en lo que denominan *militancia conurbana*. De acuerdo a su perspectiva, esta se centra en romper con ciertos estigmas y prejuicios que ligan al territorio a un lugar de marginalidad y en promover la visibilización de las producciones artístico-culturales locales en vínculo con las realidades que atraviesan al territorio. Para algunos, parte de esa marginalidad se refuerza en el acceso restringido a información y oportunidades. Al mismo tiempo, a la reivindicación del propio territorio, también se suma la exigencia de acceder y apropiarse simbólicamente de espacios emblemáticos de CABA en términos de derecho. En este sentido, la idea de derecho no refiere al ámbito jurídico y de legalidad, sino, por el contrario, a una cuestión política que, a través de barreras simbólicas basadas en estigmas y prejuicios, excluye a ciertos grupos sociales que residen fuera de la ciudad y limita su acceso a los centros urbanos.

Por otro lado, la reivindicación del conurbano bonaerense, dentro de las percepciones de los agentes, se centra, casi exclusivamente, en *lo popular*. Lo popular es entendido en términos de las experiencias cotidianas de las clases populares. En el caso de las propuestas culturales, se trata de generar un tipo de identificación desde tales experiencias y en contraposición con aquellas que consideran problemáticas banales. La idea polisémica de lo popular ²también opera

² Para definiciones y análisis teóricos sobre la categoría de cultura popular véase Míguez, D.; Semán, P. (2006). *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, García Canclini, N. (1987). *Ni folklórico ni masivo, ¿qué es lo popular?*, y Grignon, C.; Passeron, J. (1991). *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*.

como base de muchos de los estereotipos y prejuicios que se asocian al territorio. En este sentido, resulta interesante no negar este componente, sino indagar en relación a qué tipo de particularidades presenta el territorio en su dimensión simbólica y cultural más allá de esta idea. En esta misma línea emerge la necesidad manifiesta de los agentes de generar un modelo propio para el sector cultural. Y, por tanto, que la descentralización también se debe generar en torno a las formas de pensar la gestión cultural. Asimismo, se concibe que esas propuestas deben construirse desde el propio sector sociocomunitario, al menos a escala local.

Sobre las características atribuidas a los públicos, en primer lugar, cabe destacar que todos los agentes coinciden en conocer a la comunidad de su partido y, por tanto, a tales públicos. En suma con la segmentación etaria y de residencia geográfica previamente mencionada, se resaltan otros aspectos que, en la mayor parte de los casos, también pretenden explicar ciertas dificultades para la convocatoria. Una de ellas es el sedentarismo atribuido a la población. Es decir, la preferencia de permanecer en la unidad doméstica en detrimento de salidas culturales, artísticas y recreativas. A esto se suma la percepción de que las propuestas organizacionales compiten de forma desigual con otras vinculadas al mundo del entretenimiento comercial y que alientan que la comunidad destine su tiempo y dinero en otros ámbitos, productos y servicios. Esto conlleva, entre otras cuestiones, que ambos sectores conciban como necesidad para su posicionamiento organizacional dentro del territorio que “la gente se entere de lo que está pasando”. Esta línea de trabajo se cristaliza tanto en la generación de una oferta y desarrollo continuo de acciones y actividades con el objetivo de visibilizar el espacio, como en una difusión continua de la agenda cultural local. Asimismo, desde el sector público, se concibe que el público de Tres de Febrero es *un público general, no especializado*. Esta distinción entre públicos se asienta en el grado de especialización del consumo y el alcance del mismo. Mientras que la idea de público general, remite a uno de carácter masivo, el segundo refiere a uno de nicho y especializado.

La relación entre la oferta cultural y los públicos implícitos

Estas percepciones y modos de pensar a los públicos implícitos repercuten y se reproducen, desde distintas concepciones de cultura, en la configuración de prácticas y una oferta cultural específica. En primer lugar, el sedentarismo atribuido y el escaso grado de especialización del público local mencionado por los agentes se materializa, en sus discursos, en la necesidad de una formación de públicos. Tal formación es concebida en términos de generar el hábito de asistencia

y consumo de propuestas artístico culturales *de calidad*. Esta reiterada propuesta, habitual no solo a escala local sino también en diversos programas culturales de mayor alcance, engendra en sí misma el cuestionamiento respecto de aquello sobre lo que se pretende formar. Es decir, en sus parámetros asistencialistas y democratizadores. Sin embargo, también cabe reconocer que, dentro de un contexto con una fuerte predominancia del mercado, la ausencia de intervenciones por parte de otros agentes, tanto del sector sociocomunitario como del público, en la configuración de tal oferta, probablemente desencadene una de tipo comercial exclusivamente, sin concebir la dimensión simbólica que subyace en este tipo de bienes y servicios. En otras palabras, su carácter de excepción. Es por ello que, tal como demuestra el análisis desarrollado, el problema no radica en los alcances de los proyectos o los programas, sino en que éstos requieren de cierto grado de adaptación a las particularidades que constituyen al territorio en el que se implementan y un conocimiento de los destinatarios para alcanzar cierto grado de éxito. Por otra parte, esto también se visibiliza en el lugar de relevancia que ocupa la dimensión educativa dentro de las ofertas de ambos sectores que se hace presente tanto en formato de talleres como de capacitaciones, seminarios, grupos de trabajo, etc.

En esta misma línea, la concepción del público local como uno de *tipo general* devela que la convocatoria de públicos también se encuentra afectada por estereotipos y prejuicios que, muchas veces, limitan el desarrollo de actividades concretas. El preconcepto de que en el territorio no existen nichos que consuman determinadas ofertas se sustenta solo en la percepción propia de las organizaciones, que refuerzan los estereotipos de la comunidad e invalida cualquier cuestionamiento respecto de las formas de comunicación, la configuración de la oferta y la convocatoria. Aún más, esto fortalece la posición de CABA como referente cultural, en detrimento de otros territorios en tanto la Ciudad emerge, dentro de estos imaginarios, como la única que puede desarrollar este tipo de ofertas. Por otro lado, desde el sector público, también se omite la posibilidad de generar una oferta que, tal como reivindica el sociocomunitario, se oriente hacia las realidades sociales y territoriales específicas. Asimismo, esta idea abona la necesidad de generar instituciones de legitimación artística propias, mencionada por los agentes, debido a que, dentro de esta lógica, los parámetros que determinan la calidad de una propuesta son establecidos por las instituciones que se concentran en la ciudad de Buenos Aires.

Por último, la asociación directa del público con las clases populares que sostiene el sector sociocomunitario también alienta la percepción manifiesta de otros como *desclasados*³. De acuerdo a su visión, esto dificulta el involucramiento de la comunidad en las actividades y proyectos que la organización impulsa y, principalmente, la reivindicación de lo colectivo. Esta cualidad es atribuida a aquellos que no reconocen su condición de trabajador y consideran que su posición es superior en términos de clase social. Contrariamente, en el sector público prevalece una concepción del ciudadano, no tanto como trabajador sino como contribuyente. Es decir, el vecino en su rol de pagador de impuestos municipales que, como retribución, merece acceder a una oferta cultural de calidad. Cabe destacar que tal concepción minimiza su carácter de sujeto político y portador de derechos en tanto la disposición de una oferta cultural se enmarca en la idea de recompensa ante las obligaciones impositivas. Esto también genera que los esfuerzos de gestión y comunicación se orienten exclusivamente a los límites del partido. Es decir, la necesidad de retribución que surge como consecuencia del pago de impuestos, impulsa a que la oferta se encuentre dirigida principalmente a la población de Tres de Febrero.

Consideraciones finales

En primer lugar, el análisis desarrollado permite comprender cómo las territorialidades y sus particularidades constitutivas intervienen en la configuración de una oferta cultural concreta, incluso, pese a no ser consideradas en el diseño e implementación de las políticas culturales que se desarrollan a escala local. Esto se manifiesta tanto en relación con la infraestructura, recursos disponibles y factores sociodemográficos que signan al partido, como en los sentidos comunes e imaginarios que atraviesan las percepciones de los agentes culturales. Por otra parte, también da cuenta que las formas de concebir y construir públicos implícitos impactan, desde distintas concepciones de cultura, sobre las personas, la gestión y las prácticas culturales y, al mismo tiempo, cómo el sostenimiento y la reproducción de estereotipos moldea y restringe la oferta.

Sobre esto último, cabe aclarar que parte de esos estereotipos, que también se ejercen sobre la propia comunidad, se sostienen en una concepción elitista de cultura que la liga, mayormente, a las bellas artes y otros lenguajes artísticos menos tradicionales. En este sentido, si bien se

³ El término desclasado, coloquialmente, refiere a una persona que se percibe como parte de una clase social distinta y comúnmente de mayor poder que a la que efectivamente pertenece de acuerdo a sus condiciones materiales de existencia.

presentan ciertas modificaciones respecto del sentido más restrictivo de esta acepción, en tanto incluye una mayor diversidad de prácticas y expresiones artísticas, la misma la circunscribe a la esfera artística específicamente. Esto es visible no solo en la composición de las ofertas de los espacios, centradas principalmente en talleres y eventos artísticos, sino también en los propios objetivos organizacionales. En este sentido, las organizaciones adoptan la tarea de democratizar y acercar propuestas y disciplinas a zonas locales en las que se encuentran ausentes y/o consideran que *carecen de cultura*.

Como se desprende del análisis anterior, las dificultades que se perciben en relación a la convocatoria de públicos también se sustentan, en mayor medida, en estereotipos y prejuicios que reafirman un esquema centro-periferia en el que CABA se constituye como el parámetro de comparación, tanto en términos de referencia como de contraposición. De esta forma se refuerza la posición marginal del territorio y su población, que desde el sector sociocomunitario se pretende combatir, y se limitan las posibilidades de diseño de un modelo de gestión que incluya a todo el conurbano bonaerense y se adapte a sus necesidades y particularidades. Si bien éste se compone de realidades territoriales diversas, es posible concebir que presenta ciertos factores comunes que pueden facilitar la implementación de un modelo de gestión cultural que alcance a toda la porción de territorio o al menos se extienda más allá de un partido. En este sentido, resulta de interés indagar en qué otro tipo de potencialidades y características, más allá del vínculo explícito entre el conurbano bonaerense y *lo popular*, pueden subyacer en el territorio y en su dimensión cultural, sin por ello negar o dejar de combatir su exclusión simbólica. Es decir, comprobar si existen, dentro de la comunidad, percepciones que no se construyan en relación a modelos externos o impuestos, sino a partir de la reivindicación de lo propio. El trabajo realizado expone que no hay un posicionamiento claro en relación a esto y que tal reivindicación choca constantemente con la reproducción y adopción de referentes externos.

Por otro lado, la posibilidad de enunciar la existencia de una oferta cultural local propia del conurbano bonaerense presenta algunas tensiones que también se vinculan con las construcciones de público implícitos que subyacen en las percepciones de sus agentes. Lejos de invisibilizar el trabajo cultural y la oferta que se desarrolla en el territorio, tal tensión se aloja en el sentido de pertenencia. En esta línea, cabe destacar que la idea de escala no refiere solo a una propiedad del territorio sino también a un recorte de acuerdo a las relaciones de pertenencia (Santillán Güemes, 2019). Es por ello que, si bien es posible afirmar su existencia en términos

geográficos, las contradicciones y tensiones en relación a su dimensión identitaria, dificulta su afirmación en lo simbólico. El débil grado de organización y las contradicciones que se establecen en torno a las percepciones sobre el territorio operan como obstáculos, al menos, para la discusión y el debate colectivo respecto del diseño e implementación de un modelo de gestión cultural propio. En esta misma línea, y tomando en consideración que los estereotipos operan desde lógicas reduccionistas, cabe preguntarse en qué medida estas percepciones sesgadas intervienen en la construcción de un sentido de pertenencia territorial e identitario limitado específicamente a una localidad y dificultan la emergencia de uno más amplio vinculado al conurbano bonaerense.

La oferta cultural incluye bienes simbólicos que son al mismo tiempo mercancía y significado, y que hacen parte de un proceso de construcción de sistemas ideológicos en el seno de disputas de poder. A su vez, el reconocimiento del acceso a tal oferta como fragmentario y la consideración de las desigualdades socioeconómicas y de inserción dentro del tejido territorial forman parte del carácter político de la cultura. Si se toman en consideración estos aspectos, es posible abordar a las políticas y acciones culturales como dispositivos que implican en sí mismas la definición de objetivos, que no son neutrales políticamente, y la toma de decisiones que determinan su modo de operar, de intervenir y poner en juego los elementos culturales de una comunidad. Tales objetivos y decisiones pueden orientarse tanto hacia el reforzamiento del orden social establecido y de las asimetrías que garantizan su continuidad, como hacia el cuestionamiento y resquebrajamiento de las concepciones y lineamientos hegemónicos que lo sostiene. En función de lo hasta aquí señalado, es posible considerar que, para generar modificaciones en esta última línea, resulta necesario impulsar la creación y promoción de espacios de interpelación y acción directa de la ciudadanía, la incorporación de una concepción del territorio como dimensión de desarrollo y gobernabilidad y un mayor grado de sensibilidad y comprensión integral de las heterogeneidades constitutivas del espacio social en su enfoque local.

Bibliografía

Bayardo, R. (2008). Políticas culturales: derroteros y perspectivas contemporáneas. En *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 7 (1), pp. 17-29.

Carmona, R. (2014). Gobiernos locales, dinámica política y políticas urbanas territoriales. Algunas consideraciones teórico-metodológicas para su análisis. En *Revista Estudios Sociales Contemporáneos* (11), pp. 24-37

Ferreño, L. (18, 19 y 20 de septiembre de 2013). Políticas culturales e inclusión ciudadana. En *Séptimo Congreso Argentino de Administración Pública*. Congreso llevado a cabo en Mendoza, Argentina.

Rosas Mantecón, A. (2003) *Formación de público y espacios culturales*. Ponencia impartida en el Diplomado de Gestión Cultural y Artes. Veracruz: CONACULTA

Santillán Güemes, R. (2019). La tríada cultura-políticas culturales-líneas de gestión cultural. En: Benhabib, D. & Santillán Güemes, R. *Valorizar lo propio, potenciar lo común. Gestión Cultural para organizaciones sociales* (pp. 47-77). Caseros: RGC Ediciones.