

La cultura en México: avances en la investigación, políticas postergadas

Néstor García Canclini

¿QUÉ UTILIDAD TIENEN LAS CIENCIAS SOCIALES para examinar y valorar las políticas culturales? Un vasto grupo internacional de antropólogos, sociólogos y comunicólogos viene analizando los debates culturales: clasifica las posiciones que intervienen, su consistencia interna y las razones de la confrontación para comprender la lógica de la época. En esta ocasión quiero hacer algo más complicado: ocuparme de un debate que no existe. En efecto, en los últimos años se ha desvanecido la discusión sobre qué políticas culturales necesitamos en México. No obstante, sí existen posiciones respecto del asunto, desde las que consideran que lo mejor es ignorarlo hasta las de quienes argumentan por qué éste no es el momento para debatir y lo mejor es que todo quede como está desde hace décadas. La hipótesis que impulsa mi análisis es que esta polémica eludida contiene algunas claves de la encrucijada sociocultural de México a comienzos del siglo XXI.

Para comprender y valorar el significado de las posiciones en este no-debate hay que recordar primero, brevemente, algunos datos sobre las transformaciones de México registradas por las ciencias sociales y por los estudios culturales en las últimas décadas.

UN PAÍS QUE SE MUDÓ A LAS CIUDADES

El primer cambio destacable es el demográfico y urbano. Mientras en 1900 el 10.5 % de la población vivía en ciudades, ahora es 75 %. La ciudad de México, que contaba con 1 664 921 habitantes en 1940, llegó a cinco millones en 1960 y supera los veinte millones al comenzar el siglo XXI. La expansión de muchas ciudades mexicanas, grandes

y medianas, en las últimas décadas generó cambios en los ejes del desarrollo cultural. En síntesis, podemos decir que las artesanías y fiestas campesinas siguen vivas en muchas regiones, pero la producción industrial de cultura y su comunicación masiva son ahora la principal fuente de información y entretenimiento para los públicos urbanos formados en el estilo audiovisual de los mensajes mediáticos.

La enorme transferencia de población del campo a las ciudades no ocurrió sólo hacia las grandes urbes del territorio mexicano. El censo de 2000 en Estados Unidos identificó a diez millones de mexicanos que residían legalmente en aquel país, y se estima que superaran los tres millones los migrantes indocumentados, con un promedio de 340 000 traslados al año, sobre todo a ciudades como Chicago y a los estados de California, Texas y Nueva York. Un tercio de las familias mexicanas tiene al menos un familiar en Estados Unidos. Como revelan muchos estudios (Arizpe, 2004; Besserer, 2000; Valenzuela, 2002), la mayoría de los migrantes no pierden su identidad, siguen vinculados con la vida en México enviando remesas de dinero e información, visitan a sus familiares, participan en fiestas tradicionales y modernas, y se conectan a través de los medios masivos e Internet. Esto no significa que la cultura mexicana simplemente siga reproduciéndose en el extranjero. Debemos repensar las nuevas formas en que se reorganiza en “comunidades transnacionales” (Smith, 2001), en procesos de “transculturación”, bilingüismo y trilingüismo (cuando se incluyen español, inglés y lenguas indígenas): en estos intercambios las tradiciones interactúan con bienes y mensajes mediáticos producidos industrialmente. Varios estudios sobre jóvenes mexicanos en México y en Estados Unidos muestran que en sus producciones culturales, ya sea

en la literatura, los tatuajes y los grafitis o en los videos y las canciones, coexisten pirámides y autopistas, la virgen de Guadalupe y los emblemas del *rock*, el *hip hop* y el *rap*.

MÉXICO SE INDUSTRIALIZÓ MATERIAL Y SIMBÓLICAMENTE

Es sabido que la actual conversación cultural del país no se limita a los intercambios artesanales, los espectáculos locales y la comunicación cara a cara. Las familias divididas, debido a las migraciones, por dos mil o tres mil kilómetros de distancia son las evidencias más notorias de la importancia adquirida por el teléfono, la radio, la televisión, el cine e Internet para todos los mexicanos. La cultura no tiene que ver sólo con territorios particulares, sino también con el acceso a redes.

Este reordenamiento cultural se vincula con transformaciones en el desarrollo educativo. Al pasar de una sociedad dispersa en miles de comunidades campesinas homogéneas, poco comunicadas y con alto porcentaje indígena, a una trama mayoritariamente urbana, creció la educación: los tres millones de alumnos de primaria existentes en 1950 llegaron a quince millones tres décadas más tarde, y los 29 000 de educación superior subieron a más de 120 000 al fin del mismo periodo. Es cierto que aún la mitad de los que inician la primaria no la termina, lo cual habla de la persistente desigualdad y la baja calificación de la mayoría para trabajos intelectualmente calificados. Esa desventaja fue destacada en una evaluación educativa de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que ubicó a México en penúltimo lugar entre sus países miembros, y atribuyó el rezago a que sólo se invierten once mil dólares por alumno mientras el promedio de la OCDE es de cuarentaiséis mil dólares.

Sin embargo, el país se ha modernizado de manera acelerada. Si México se ubica entre las diez primeras economías mundiales no es por la agricultura –deprimida por la competencia con la economía estadounidense en los diez años que lleva el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC)– sino por el crecimiento de industrias de automóviles, petroquímicas, textiles y turísticas.

En esta modernización ocupa un lugar destacado la industrialización de la cultura. La vida de las ciudades se mueve en torno de salas de cine y tiendas de discos y videos, conciertos masivos con *rock* en inglés y grupos de salsa, y por supuesto las telenovelas, exportadas a unas 150 naciones. Las culturas indígenas siguen manifestándose en artesanías y fiestas, en la vida cotidiana de muchas regiones, sobre todo en el centro y el sur del país. Pero son las irrupciones mediáticas

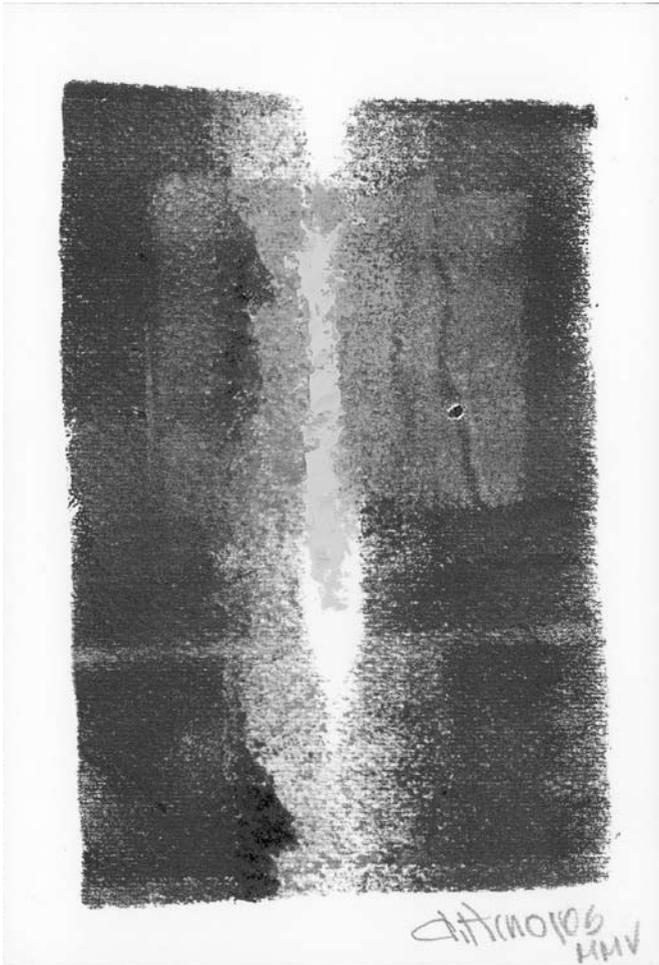
del subcomandante Marcos y los movimientos étnicos lo que más hace presente las tradiciones en la agenda política y comunicacional.

REDISTRIBUCIÓN DE PAPELES ENTRE ESTADO E INICIATIVA PRIVADA

En México la historia ha tenido una importancia social y un reconocimiento público mayor que en otros países latinoamericanos. Asimismo, el papel del Estado como gestor de la producción tradicional, promotor de la alta cultura y de la popular, fue formando durante los siglos XIX y XX un fuerte sistema público de gestión de los bienes y las instituciones culturales. Son signos de este desarrollo la existencia de ocho millones de artesanos, 6 600 bibliotecas, un sistema de 1 058 museos de antropología, historia y arte, en suma un conjunto de organismos estatales más vastos que en el resto de América Latina. Pero la mayoría de estas instituciones fueron creadas hace cuarenta o cincuenta años.

En las dos últimas décadas se están reestructurando las fuentes de producción y comunicación cultural, sin que se desarrollen organismos apropiados a su escala y expansión. Algunos cambios son semejantes a los que suceden en los campos artísticos y culturales de otros países, pero en México resultan más notorios por el papel casi exclusivo que ha tenido el Estado como administrador y gestor del patrimonio histórico y artístico, mecenas, proveedor de subsidios y becas para la creación, propietario de la mayor parte de los museos y, hasta hace pocos años, de muchas salas de cine.

La apertura a bienes y mensajes importados desde la década de 1980 favoreció las inversiones extranjeras, entre otros campos en las industrias culturales. La aplicación del TLC desde 1994, que estrechó las relaciones con Estados Unidos, aumentó la presencia de esa nación en la distribución y la exhibición del cine, la televisión, la edición de discos y videos, incluso de la música mexicana. Entre tanto, el Estado ha venido reduciendo los fondos para cultura, ciencia y educación. A través de CONACULTA, se mantiene el apoyo a museos históricos y de arte, sitios arqueológicos, el Canal 22 y las becas para el Sistema Nacional de Creadores, pero en general su acción está retrayéndose a los campos clásicos de la acción cultural. Unas de las pocas excepciones es el programa e-México, destinado a crear una megared de interconexión en el país colocando centros comunitarios digitales en cada cabecera municipal. Sin embargo, varios especialistas señalan que la instalación de computadoras no está acompañada por programas efectivos de capacitación masiva para que los



virtuales usuarios utilicen los nuevos medios y los relacionen con necesidades locales (Malvido, 2004).

Hace muchos años que el Estado no crea nuevos museos, ni compra obras de arte, se achica el financiamiento al cine y a los programas de innovación cultural. En tanto, algunas empresas desarrollan las telecomunicaciones sólo como negocio y generan espectáculos (Televisa, Telmex), forman colecciones de arte contemporáneo (Jumex), crean nuevos museos o contribuyen a su financiamiento (MARCO en Monterrey, MURO en Cuernavaca) y se hacen cargo de proyectos internacionales dentro de México: en Guadalajara, se prepara una filial del Museo Guggenheim y dos megaconjuntos culturales; en Monterrey adoptaron el Fórum Cultural Mundial de Barcelona para 2007, con la cooperación del gobierno y las empresas privadas.

EL AVANCE DEL CONOCIMIENTO SOBRE NUESTRA CONTRADICTORIA MODERNIDAD

Uno de los cambios notorios en el México de las últimas décadas es que los estudios culturales sobre indígenas, campesinos y culturas tradicionales, si bien conservan importancia, comparten su lugar protagónico con análisis de cuestiones

urbanas, de industrialización de las comunicaciones y sobre procesos de transnacionalización de los bienes simbólicos. Conocer el patrimonio histórico y sus usos se ha vuelto tan significativo como estudiar los medios masivos, el consumo cultural, las migraciones y la reubicación de México en las redes transnacionales.

Entre los varios centenares de libros, artículos y tesis especializados en estos nuevos campos que trazan un panorama distinto del México contemporáneo, deseo destacar dos investigaciones publicadas en 2004. Uno es el libro de Ernesto Piedras *¿Cuánto vale la cultura?*, primera investigación económica de las industrias culturales en nuestro país: ya otros trabajos habían revelado que estas industrias, con infraestructura productiva y personal calificado en México, serían uno de los recursos más valiosos para que crezca la economía, se generen más empleos y exportaciones. Existe capacidad editorial, filmica y fonográfica para producir bienes y espectáculos para el mercado de casi quinientos millones de hispanohablantes (incluidos los cuarenta millones residentes en Estados Unidos). Pero el estudio de Ernesto Piedras calcula, además, en 6.7 % del PIB nacional lo que genera la música (2.6%), el cine (1.4%), las editoriales (1.3%), otras industrias audiovisuales y las artes plásticas, o sea que el sector cultural representa un porcentaje mayor que la construcción y el sector agropecuario.

La otra investigación, también novedosa, es la *Encuesta nacional de prácticas y consumos culturales*, encomendada por CONACULTA a la Unidad de Estudios sobre la Opinión del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Si bien varios académicos habíamos realizado desde la década de 1980 investigaciones en ciudades grandes y medianas de México sobre el consumo cultural (García Canclini, 1991, 1993 y 1994; González, 1993; Iglesias Prieto, 1992; Jiménez López, 1993, 1994 y 2000; Nieto, 1998; Nivón, 1993 y 1998; Orozco, 1993; Rosas Mantecón, 2000; Schmilchuk, 1996; Winocur, 1998 y 2002), la encuesta CONACULTA-UNAM aplicada en 2003 ofrece por primera vez un panorama de las 27 entidades federativas, incluyendo 144 municipios.

¿Cuál es la parte de la oferta cultural más extendida en el país? Las cifras son contundentes:

más de 95% de los entrevistados acostumbra ver televisión y más de 87% acostumbra oír la radio. El tiempo dedicado a estos medios es significativo: casi la mitad de los encuestados (48.9%) ve entre dos y cuatro horas al día la televisión y más de la tercera parte (35.3%) escucha entre dos y cuatro horas diarias de radio. Casi ocho de cada diez entrevistados (78.9%) acostumbra escuchar música grabada y casi uno de cada tres dedica a esta actividad entre dos y cuatro

horas diarias (*Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, 2004:177). Otros resultados de la encuesta exhiben el predominio de las industrias culturales sobre las vías tradicionales de acceso a la cultura. Los cines son más visitados que las bibliotecas, los museos y las librerías. De los entrevistados, 30.3% dijo usar la computadora y 24.6% Internet. Entre los datos que hacen pensar en las contradicciones y ambivalencias de nuestro desarrollo cultural elijo éste: después de la televisión y la radio, el recurso más difundido es la música grabada, pero 70.3% de quienes la compran acostumbra buscar discos piratas, en mercados o con vendedores ambulantes. La masificación de los bienes simbólicos ha desplazado los ámbitos restringidos de la relación con la cultura: de las librerías y disquerías especializadas a las grandes superficies, de los teatros a los auditorios multitudinarios, y también del consumo formal a los espacios informales o de la piratería.

¿LA MEJOR POLÍTICA CULTURAL ES LA QUE NO EXISTE?

Hace dos años, cuando aún no contábamos con los datos de estas dos últimas investigaciones, escribí un artículo titulado con esta frase. Lo motivó la iniciativa enviada por la Secretaría de Hacienda al Congreso proponiendo suprimir o “fusionar” organismos dedicados a promover el cine y la formación de cineastas, las artesanías y la distribución de libros. Escribí en ese momento que me sorprendía que la enorme transformación del papel del Estado en la cultura que supondría quedarse sin IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía), sin el Centro de Capacitación Cinematográfica, ni los Estudios Churubusco, ni FONART (Fondo Nacional para las Artesanías), ni EDUCAL (distribuidora de libros de organismos estatales, con más de sesenta librerías) no surgiera de un debate público entre los que conocen y gestionan estos campos, ni de una evaluación de su potencialidad y deficiencias, sino de una iniciativa presupuestal. Finalmente, la oposición de artistas, intelectuales y periodistas logró que ese desmantelamiento institucional no prosperara.

Pero la tendencia a disminuir las acciones culturales del Estado y los estímulos a la producción artística comenzaron antes y han continuado hasta la actualidad. ¿Hay que recordar que con semejantes criterios de ahorro presupuestal se suprimieron organismos públicos a lo largo de las décadas de 1980 y 1990, como la distribuidora del Fondo de Cultura Económica y el Fondo Nacional para el Desarrollo de la Danza Popular Mexicana, se anularon los precios preferenciales para el envío postal de libros, se vendieron más de doscientas salas de cine, y ya en esta década se quitaron incentivos a la industria editorial y se inventaron impuestos para los escritores, los libros y las revistas, siempre con excusas de austeridad y saneamiento financiero? Por no hablar de la reducción de 12.5% del

tiempo fiscal en televisión a 1.25%, que ni siquiera tiene ese pretexto, y que significó desperdiciar un espacio sin costo para difusión cultural, campañas de salud y educativas, aunque su uso más frecuente fuera publicidad gubernamental.

Por una parte, sabemos que este retiro creciente del Estado de sus responsabilidades públicas en la cultura y la comunicación comenzó internacionalmente hace dos décadas con las políticas privatizadoras: el neoliberalismo ha provocado, entre sus efectos desconstrutores, reducir los presupuestos estatales en educación y cultura, recortar el financiamiento para programas artísticos, subordinar los derechos culturales de artistas al *copyright* y achicar la diversidad de la oferta para los públicos.

Confrontamos, por tanto, una paradoja más. En estos años en que tantos estudios evidencian el papel de la cultura como *recurso* para el desarrollo, aparecen tendencias a mirarla como *desecho*. Pueden citarse muchos libros e investigaciones, entre los cuales destaca el de George Yúdice, titulado precisamente *El recurso de la cultura*, que muestran la importancia nacional e internacional de la producción artística, editorial, audiovisual y electrónica para generar empleos, atraer a inversionistas y mejorar las exportaciones. Documentos de la UNESCO, el BID, la CEPAL y la OEI registran la dimensión socioeconómica de la producción cultural.

Sin embargo, al mismo tiempo encontramos las estadísticas de la regresión cultural en México y América Latina. Tenemos menos librerías, menos cines, menos público de cines, menos teatros, menos salas de conciertos que hace veinte años. No es un fenómeno exclusivo de nuestra nación. Aun países con larga tradición cinematográfica, como Argentina, Brasil y Uruguay, vieron reducir en los últimos veinte años el número de salas y espectadores de cine casi a la mitad (Arias, 2005; García Canclini, Rosas Mantecón y Sánchez Ruiz, 2003). Baja el presupuesto para la cultura en términos comparativos con el costo de vida, con el precio de los espectáculos, con la tecnologización y el alto requerimiento de inversiones en las industrias culturales; en muchos países decayó lo que se invertía en dólares hace dos décadas en relación con lo que se invierte hoy. Por tanto, hemos perdido también capacidad de situarnos competitivamente en los mercados internacionales por el descenso de la producción editorial, cinematográfica, musical, de discos y videos. En este sentido, hablo de una regresión del desarrollo cultural: retrocedemos en cuanto a la capacidad de las sociedades latinoamericanas de afirmar la producción y la imagen de cada nación, y de América Latina en su conjunto, en los mercados y en los escenarios simbólicos internacionales.

Aun en los pocos países que logran mantener o expandir sus industrias culturales, la subordinación a criterios comerciales convierte los recursos en desechos: los libros que no obtienen altas cifras anuales de venta son destinados a la guillotina, las películas de 35 milímetros no se rescatan en los nuevos formatos y los videos no duran más de dieciocho o veinticuatro meses en las tiendas que los rentan, los músicos de décadas pasadas que son significativos en la cultura nacional pero no interesan a las megadisqueras transnacionales desaparecen de las tiendas de discos.

Pero la desatención o subestimación de la cultura no es sólo una actitud de las políticas hegemónicas neoliberales. En la ciudad de México un gobierno del Partido de la Revolución Democrática (PRD) creó el Instituto de Cultura a fines del siglo pasado, otro del mismo partido lo elevó a Secretaría de Cultura en 2002 y ahora, mientras escribo estas páginas, en agosto de 2005, otra administración del mismo PRD quiere devaluar el área cultural subsumiendo a esta secretaría en una de Cultura y Educación. Varias voces, como la del presidente de la Sociedad General de Escritores, Víctor Hugo Rascón Banda, y la de María Rojo, presidenta de la Comisión de Cultura de la Asamblea del Distrito Federal, cuestionaron que las vastas y complejas tareas culturales necesarias en una megaciudad como la de México pierdan prioridad al quedar en competencia de tiempo y dinero con conflictos educativos, salarios bajos de maestros y demandas sindicales.

En estas mismas semanas de agosto de 2005 el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes propuso al Congreso una *Ley de fomento y difusión de la cultura* para normalizar la situación jurídica de CONACULTA. En las consultas organizadas sobre esta ley por la Cámara de Diputados los días 16 y 17 de agosto de 2005, la antropóloga Lourdes Arizpe observó que en las propuestas legislativas de CONACULTA y de los partidos políticos no se encaran problemas urgentes como los vínculos de la cultura con la economía y el comercio, con la integración social, la industria y las ventajas comparativas, las migraciones, el turismo y la propiedad intelectual. Un mero ajuste jurídico, sin redefinir la política integral, concluyó, es una labor de “plomiería cultural”.

Varios sindicatos, artistas e intelectuales de izquierda objetaron que se modifique la legislación vigente sin suficiente debate de “la comunidad cultural”. Convocaron, entonces, a un foro llamado “parlamento alterno”, donde la oposición a la iniciativa de ley pedía congelar la situación previa argumentando que los cambios podían afectar el patrimonio histórico de México. Un ponente destacado, coordinador de

la sección de opinión del periódico *La Jornada*, Luis Hernández Navarro, dio dos razones para mantener el *statu quo*. Primera: “Obsoleta o limitada, la legislación que regula el acceso al patrimonio histórico y cultural de México funciona relativamente bien, pues impide razonablemente la compra y venta del legado histórico”. El segundo argumento sostiene que no conviene modificar ahora las leyes porque:

no es con los actuales legisladores que una legislación favorable al campo popular puede lograrse. Es el momento de la resistencia, no de las Cámaras... El Congreso no garantiza hoy la defensa de los intereses generales sobre los intereses privados. La defensa de lo público está hoy en manos del campo popular. Sólo desde allí, sólo desde abajo se puede hoy reformular la identidad nacional (*La Jornada*, 2005:21).

Ambas “argumentaciones” han sido características de amplios sectores de izquierda. La primera exhibe la tendencia a pensar el patrimonio cultural sólo como monumentos del pasado (pirámides, centros históricos) y en oposición al mercado; se desconoce que ahora tiene al menos una importancia semejante el patrimonio intangible, o sea la lengua, la música y las radiofrecuencias (que Jeremy Rifkin valora como la mayor “propiedad común” en tiempos de globalización). Asimismo, se dejan de lado los usos del patrimonio tangible en el turismo, el desarrollo urbano y las industrias culturales, que forman parte de la problemática del patrimonio en los análisis y recomendaciones de la UNESCO y de otros organismos nacionales e internacionales. Ninguno de los partidos políticos ha dado un impulso firme a la postergadísima *Ley de medios*, demorada en el Parlamento; sólo unos pocos diputados y senadores se interesaron en debatir las reformas indispensables para regular el espacio comunicacional en beneficio del interés público y controlar el papel desmedido de las televisoras en el desenvolvimiento preelectoral u ordinario del país.

Atrincherarse en una legislación anterior al video, a Internet y a las formas recientes de globalización del turismo y de las inversiones transnacionales en cultura, y pretender que ese marco jurídico, que no preveía estos nuevos usos del patrimonio, sería la mejor manera de protegerlo, simplemente es no hacerse cargo del problema. Aun cuando el propósito de las innovaciones legales de CONACULTA fuera, como dice Hernández Navarro, favorecer que se construyan hoteles y campos de golf en zonas arqueológicas o legalizar colecciones de joyas prehispánicas nacidas del saqueo y el tráfico ilegal (objetivos que aún no he visto demostrados), el camino para evitarlo sería dar un debate serio sobre la legislación y

las políticas culturales. Sólo esta renovación de la legislación y la política permitiría hacer usos creativos de los bienes históricos y del patrimonio intangible reciente, en beneficio del país, sin enajenarlos.

El otro “argumento” –de que con los actuales legisladores no puede esperarse un resultado conveniente para “el campo popular”– reincide en los vicios del oportunismo “democrático” de ciertas izquierdas: a) “aceptamos que decida el Congreso si vota lo que nosotros proponemos”; b) “el campo popular es lo que nosotros representamos, aunque seamos minoría”. Entre tanto, que la cultura vea cómo se las arregla con lo que votan las mayorías “antipopulares”.

Quiero aclarar que no asimilo automáticamente el voto mayoritario de los legisladores con el interés popular: entre muchos casos polémicos, recuerdo lo decidido sobre la legislación respecto de grupos indígenas, en lo cual coincidí con quienes critican lo aprobado por el Congreso. Pero en ese caso al menos un amplio debate nacional ayudó a visualizar política y mediáticamente la complejidad del asunto, y en ese sentido mejoró la conciencia social sobre los derechos de los pueblos indios.

Dos conclusiones: la actual situación del desarrollo cultural de México se caracteriza, en primer lugar, por la falta de políticas y debates sobre las condiciones preexistentes establecidas por el predominio de las tecnologías audiovisuales, la industrialización y comercialización de los bienes culturales; en segundo término, observamos una pérdida de autonomía de los campos culturales, sobre todo los que requieren altas inversiones y están comprometidos con los medios de comunicación masiva.

En cuanto al primer asunto, encontramos que la reducción de fondos estatales y el debilitamiento de los organismos públicos, así como el desinterés de los sectores de izquierda por renovar la legislación y las políticas culturales, dejan las iniciativas estratégicas en manos de actores empresariales sin regulación. Hace varias décadas Carlos Monsiváis llamó la atención hacia este proceso, aún incipiente, advirtiendo que Televisa se estaba convirtiendo en la Secretaría de Educación Pública de México. En la actualidad, al no contar con una SEP que encabece y renueve el desarrollo educativo, ni con

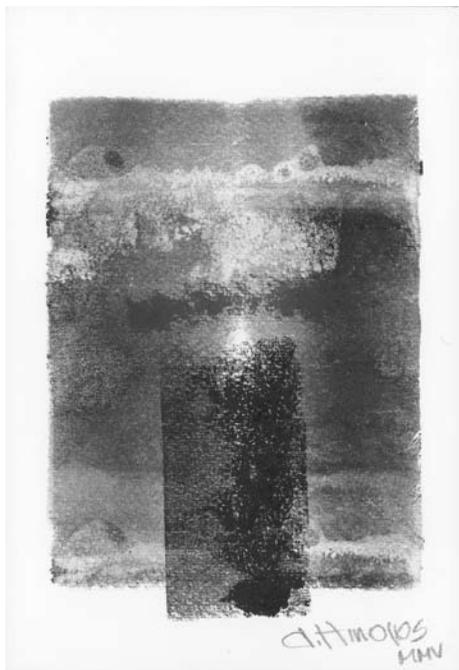
una Secretaría de Cultura capaz de coordinar las acciones públicas, regular y estimular movimientos privados en esta área, en vez de una empresa haciendo de educadora de la nación tenemos un conglomerado de corporaciones nacionales (Televisa, Telmex) y extranjeras (CNN, AT&T, América On Line, Telefónica de España) que gestionan los espacios comunicacionales con una ruda concepción mercantil. Los efectos son

la sumisión de las acciones culturales al lucro empresarial, la consideración de las audiencias casi únicamente como clientes de megaespectáculos.

El segundo proceso que caracteriza el actual desarrollo cultural de México es la pérdida de autonomía de los campos culturales. En las políticas estatales, los recortes de presupuesto van junto con la exigencia de que los organismos públicos obtengan fondos privados en alianza con empresas y recuperen las inversiones mediante el aumento de las entradas a espectáculos, museos y exposiciones. Esto viene ocurriendo tanto en los gobiernos del PRI y del PAN a escala nacional como en los giros políticos del PRD en la capital, que busca subordinar

la cultura a la educación y la propaganda, y modificó acciones públicas que conectaban con las mayorías el arte estéticamente más valorado e independiente: espacios claves como el Zócalo de la ciudad de México, donde para los conciertos gratuitos eran convocados Joan Manuel Serrat, Madreus y otros músicos nacionales y extranjeros de buen nivel, fueron cedidos a Televisa a fin de aumentar la promoción comercial de sus estrellas mediáticas. Se estrechan, además, los lugares para el conocimiento del arte mexicano e internacional con búsquedas experimentales.

En medio de la indefinición legal y el debilitamiento de los organismos culturales públicos, la articulación necesaria entre artes, mercados y audiencias, entre innovación y recuperación económica, quedan sin rumbo todos los campos. El Estado mantiene, a través de CONACULTA, como dijimos, un apoyo básico a programas de museos, sitios arqueológicos, el Canal 22, el Sistema Nacional de Creadores y otros emprendimientos históricos, pero en varias zonas de la cultura y el arte su acción está retrayéndose. La mayor consideración de los aspectos económicos de la cultura no conduce todavía, salvo en ámbitos académicos, a un análisis estratégico del desempeño de la producción cultural mexicana en los



mercados internacionales o en las negociaciones del TLC o la OMC, como sucede en Canadá y algunos países europeos. Éste es uno de los puntos en los que se observa la escisión entre las agendas de investigación y las agendas políticas sobre cultura y comunicación.

Deseo destacar aquí la importancia de la cultura y las comunicaciones como recursos claves en una nueva concepción de la cooperación y los intercambios internacionales. Hasta la década de 1980 la cooperación internacional solía tener principalmente tres objetivos. El primero era difundir el patrimonio histórico y artístico de cada nación en el extranjero a través de exposiciones, conciertos, participación en ferias de libros o actividades análogas. El segundo, fortalecer el conocimiento recíproco a través de un modesto intercambio entre países asociados por historia, culturas semejantes y afinidades políticas. En tercer lugar, con el desarrollo comunicacional, ya desde mediados del siglo xx, comenzó a tener importancia la expansión del mercado nacional de la literatura, el cine y la música para conseguir públicos en otros países. Pero en las dos últimas décadas esta situación cambió radicalmente por un conjunto de procesos que suelen sintetizarse bajo el nombre de globalización.

Un avance posible en la cooperación internacional consiste en pasar de la simple *cooperación* ocasional a la *coproducción*. En una época en la que vemos los efectos desintegradores y socialmente regresivos de reducir los vínculos internacionales a la *coordinación de intereses empresariales y de dispositivos de seguridad*, la cooperación intercultural puede servir para construir o renovar relaciones que interesen y beneficien al conjunto de nuestras sociedades. Estamos, tal vez, en condiciones de pasar de la simple cooperación, intercambiando productos de unos países con otros, a formas múltiples de coproducción. La experiencia en el cine, como se aprecia en el programa Ibermedia, muestra el valor de sumar fondos a escala iberoamericana para incrementar la producción de películas y difundirlas en muchas naciones.

Los objetivos más interesantes de reconcebir la cooperación como coproducción serían, en primer lugar, superar el tamaño estrecho de los mercados nacionales, aprovechar las capacidades de cada país en la formación de profesionales, gestores, empresarios, artistas y científicos, así como la formación de públicos. En este punto, cabe destacar que la ampliación iberoamericana en la expansión de productos audiovisuales y editoriales nacionales, además de expandir las ganancias, favorecería crear redes sustentables para discos, videos y libros de mayor calidad que no disponen de públicos extensos en cada país; debiera ser uno de los objetivos de

estos circuitos de coproducción el trascender las presiones comerciales del *blockbuster* y el *fast-seller* a fin de hacer espacio a la innovación, la experimentación y un reconocimiento más diversificado de la creación cultural y artística.

¿ALTERNATIVAS?

Los avances recientes en la protección, el desarrollo y la promoción del patrimonio en América Latina muestran que para gestionar los campos culturales se necesitan *organismos públicos fuertes, estudios serios sobre la cultura tangible e intangible, participación y debate social*. Colombia creó en la década pasada, después de vacilaciones, su Ministerio de Cultura. Chile estableció en el actual gobierno un Consejo Nacional de Cultura que coordina organismos antes dispersos y promueve una fuerte expansión en varias áreas, por ejemplo en la producción nacional de cine. Argentina, Brasil, Chile y Uruguay están buscando fortalecer el Mercosur y proteger conjuntamente el desarrollo endógeno de sus culturas frente al embate de Estados Unidos y el ALCA. ¿Qué ocurre, entre tanto, en México? Una consecuencia positiva del ataque hacendario a instituciones culturales mexicanas y los gravámenes a derechos autorales es la movilización ocasional de artistas, escritores y productores, la elaboración de argumentos que sirven para refundamentar la utilidad y el sentido público de la acción cultural.

Otros ingredientes significativos en este sentido son la creación de Centros de Estudios y Observatorios de Políticas Culturales en las ciudades de Buenos Aires y Bogotá, y en el Consejo Nacional de Cultura de Chile: hay que decir que las universidades podrían tener un papel más activo en estas tareas de investigación y evaluación de las políticas culturales, para lo cual requieren más fondos y el debido reconocimiento de los organismos públicos.

¿Cómo consiguieron Argentina tener la ley de cine y Colombia la ley del libro más avanzadas del continente y así expandir recientemente sus industrias culturales? En parte se debe a que cuentan con mayor grado de organización de los directores de cine en el primer caso y de los editores en el segundo. En Brasil, donde crecen las críticas al gobierno de Lula por el estrépito de la corrupción y su decepcionante política social, el Ministerio de Cultura, a cargo de un músico con alto reconocimiento y estudios en gestión empresarial, Gilberto Gil, ha logrado acciones de protección e impulso de la producción musical y fílmica, así como su proyección internacional. No es casual que sea uno de los mayores sociólogos latinoamericanos, José Nun, quien como secretario de

Cultura de Argentina promueve en este momento la creación de un canal nacional de televisión cultural con un argumento tan claro como éste: “hoy en día una Secretaría de Cultura no puede no tener una dirección que se ocupe de la televisión, como si la televisión no formara parte cotidiana y abrumadora de la cultura de los argentinos” (Frieria, 2005).

La pregunta para México es si políticos, artistas, periodistas, investigadores e instituciones culturales lograremos avanzar en esta reflexión crítica sobre lo que somos a fin de que ascienda a una política duradera. Por ejemplo, conseguir que el presupuesto de cultura se acerque al uno por ciento recomendado por la UNESCO, que los movimientos culturales y los organismos públicos elaboremos posiciones acordes con la potencialidad de México en las actuales condiciones globales, sin dejar librado el lugar de los bienes culturales en los acuerdos de libre comercio a quienes sólo valoran las películas o los libros por el volumen de ventas y la recaudación fiscal. Las políticas culturales no crean cultura, pero favorecen o perjudican las condiciones de su comunicación. Si están a cargo de especialistas pueden ayudar a no confundir el valor con el precio, ni la libre comunicación entre culturas con el comercio sin aduanas. •

Bibliografía

Amador Tello, Judith, “No hay debate intelectual sobre la cultura: Lucina Jiménez”, en *Proceso*, núm. 1500, México, agosto, 2005.

Arizpe, Lourdes (coord.), *Los retos culturales de México*, México, UNAM/CRIM/Cámara de Diputados/Porrúa, 2004.

Besserer, Federico, “Política cuántica: el uso de la radio por comunidades transnacionales”, en *Nueva Antropología*, año 17, vol. 57, México, agosto, 2000, pp. 8-11.

CONACULTA, *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, México, 2004.

CONACULTA/OEI/SRE, *Industrias culturales y desarrollo sustentable*, México, 2004.

Frieria, Silvina, “José Nun, secretario de Cultura, y su proyecto del canal del Bicentenario: Nos tenemos que ocupar de la TV”, en *Página 12*, *El País*, 8 de agosto de 2005.

García Canclini, Néstor (coord.), *El consumo cultural en México*, México, CONACULTA, 1993.

García Canclini, Rosas Mantecón y Sánchez Ruiz (coords.), *Cine mexicano y latinoamericano. Situación actual y perspectivas en América Latina, España y Estados Unidos*, informe presentado al Instituto Mexicano de Cinematografía, diciembre, 2002.

González, Jorge, “La cofradía de las emociones in/terminables. Tele-novela, memoria, familia”, en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, op. cit.

Hernández Navarro, Luis, “La desamortización de los bienes culturales”, en *La Jornada*, 9 de agosto de 2005.

Iglesias Prieto, Norma, “La fábrica de sueños: el cine fronterizo y su relación con el público”, en *Historia y cultura*, vol. vi, Ciudad Juárez, El Colegio de la Frontera Norte / Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, 1992, pp. 77-100.

Jiménez López, Lucina, “¿Qué onda con la radio? Un acercamiento a los hábitos radiofónicos e intereses socioculturales de los jóvenes de la ciudad de México”, en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, op. cit.

Malvido, Adriana, “Estoy en red, luego existo”, en Lourdes Arizpe (coord.) *Los retos culturales de México*, op. cit.

Nieto, Raúl, “Experiencias y prácticas sociales en la periferia de la ciudad”, en Néstor García Canclini (coord.), *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, México, Grijalbo, 1998, pp. 234-276.

Nivón, Eduardo, “De periferias y suburbios. Territorio y relaciones culturales en los márgenes de la ciudad”, en Néstor García Canclini (coord.), *Cultura y comunicación...*, op. cit.

———, “El consumo cultural y los movimientos sociales”, en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, op. cit.

Orozco Gómez, Guillermo, “Cultura y televisión: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción”, en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo...*, op. cit.

Piedras, Ernesto, *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, CONACULTA/SACM/SOGEM/CANIEM, 2004.

Rosas Mantecón, Ana, “La batalla por la diversidad”, en Lourdes Arizpe (coord.), *Los retos culturales de México*, op. cit.

Schmilchuk, Graciela, “Venturas y desventuras de los estudios de público”, en *Cuicuilco*, nueva época, vol. 2, núm. 7, México, mayo-agosto, 1996, pp. 31-57.

Smith, Robert C. et al., *Migration, Transnationalization and Race in New York*, Nueva York, Temple University Press, 2001.

UNESCO, *Informe mundial de cultura*, UNESCO Press, 2000.

Valenzuela Arce, José Manuel, “De migras y migraciones. Diásporas, ciudadanía y nación (latino) americana”, en *Iberoamérica 2002. Diagnóstico y propuestas para el desarrollo cultural*, México, Santillana/OEI, 2002.

Winocur, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Barcelona, Gedisa, 2002.

Yúdice, George, *El recurso de la cultura*, Buenos Aires/ Barcelona/ México, Gedisa, 2002.

NÉSTOR GARCÍA CANCLINI es profesor-investigador de la UAM Iztapalapa, donde coordina el Programa de Estudios sobre Cultura Urbana.