

La mentira de la cultura como prioridad

Sara Sefchovich

Entre la encuesta y la realidad, entre las políticas oficiales y los hechos que nos rodean parece existir un espacio vacío. Sara Sefchovich hace en este texto un agudo análisis acerca de la idea de cultura oficial y su producción real. Es en este vacío, apunta la investigadora, donde hay que buscar los elementos críticos que nos permitan dar un diagnóstico acerca de la vida cultural en México, más allá de las visiones anquilosadas.

EL DISCURSO Y LAS PROMESAS

En México se miente. Todos los días y sobre todos los asuntos, de formas abiertas o encubiertas, el discurso de los poderosos no le dice a los ciudadanos la verdad. Afirman que somos una economía sólida, que se respetan los derechos humanos, el medio ambiente y la diversidad étnica, religiosa, sexual y cultural, que la familia, la educación, la impartición de justicia y la justicia social son lo más importante, pero nada de eso es cierto. Nos mienten sobre la seguridad, sobre los conflictos sociales, sobre la dimensión de la pobreza.

Un ejemplo es lo que sucede con la cultura. Una y otra vez escuchamos el discurso de que ella es “lo mejor que tenemos”, “nuestro baluarte” y de que hay un compromiso de parte del Estado para apoyarla porque “los derechos culturales forman parte del universo de derechos de los mexicanos”.¹

Pero, ¿es cierto?

La política cultural del Estado mexicano ha consistido desde el triunfo de los liberales en el siglo XIX y hasta

¹ Declaración del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales que México ha suscrito.

el día de hoy, en crear instituciones y leyes que protejan eso que se llama “el patrimonio” y que apoyen y estimulen la creación y fabricación de productos culturales de pintura, música, danza, literatura, cine, teatro, escultura, arquitectura y fotografía y que lleven esos productos a la gente.

A eso se dedican el Instituto Nacional de Bellas Artes (hoy y de Literatura), el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, el Instituto Mexicano de Cinematografía, la Dirección General de Culturas Populares (hoy e Indígenas), el Fondo de Cultura Económica, la Dirección General de Publicaciones (hoy y Medios), los festivales y ferias del libro, los centros culturales (como el Centro Nacional de las Artes, la Cineteca Nacional, el Centro de la Imagen y las muchas casas de cultura), el Canal 22 de televisión y el Instituto Mexicano de la Radio, las bibliotecas y museos y todos los Institutos y Consejos estatales de cultura, las Comisiones de Cultura de las Cámaras de Diputados y de Senadores así como la de la Conferencia Nacional de Gobernadores y la gran cantidad de leyes, convenios, tratados, recomendaciones y declaraciones que se han propuesto, aprobado y firmado tanto dentro del país como a nivel internacional en esta materia, así como las comisiones, planes y programas, encuestas y estadísticas que se han formado y aplicado.

LOS DATOS

Según la Encuesta Nacional de Lectura de 2006, los mexicanos “leen 2.9 libros al año en promedio”, “la tercera parte de la población no lee ni un libro al año”, poco más del 43 por ciento “no ha leído jamás en su vida un libro”, “uno de cada cuatro admite no tener libros en su casa ni haber visitado una librería” y “33 por ciento jamás ha

pisado una biblioteca”.² Carlos Monsiváis asegura que “el tiraje promedio de los libros es de 1,500 ejemplares”.³ Por eso no sorprende que según la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, entre 1991 y 2003 hubiera una reducción de 19 por ciento en el número de títulos publicados y una disminución en el número de editores de 230 a 186, ni sorprende que existan menos de 500 librerías en todo el país (una para cada 90,000 habitantes) y apenas 6,610 bibliotecas (una para cada 15,000 habitantes, aunque este promedio es engañoso porque están distribuidas de manera no homogénea y muchos municipios no cuentan con ninguna).⁴ Pero como además el Estado produce el 60 por ciento de los libros y de ellos los de texto constituyen poco más de la mitad de la producción total en el sector,⁵ pues resulta que de la capacidad instalada para la producción sólo se usa 7 por ciento.⁶

En el país existen 1,058 museos y 1,592 centros culturales y casas de cultura,⁷ 173 sitios arqueológicos⁸ y 79

² Periódico *La Jornada*, México, 28 de octubre de 2006.

³ Carlos Monsiváis, “Simposio sobre la cultura”, *Eslabones* Sociedad Nacional de Estudios Regionales, número 4, México, julio-diciembre de 1992, p. 7.

⁴ Néstor García Canclini afirmó en octubre de 2006 que ya son 7,210 distribuidas en los treinta y un estados y el Distrito Federal, periódico *La Jornada*, México, 28 de octubre de 2006.

⁵ “Actividad editorial de libros”, *Libros de México*, número 85, México, mayo de 2007, p. 15.

⁶ Periódico *Reforma*, México, 28 de octubre de 2006 y 21 de agosto de 2004 y datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana citados en Ernesto Piedras, ¿Cuánto vale la cultura? *Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Sociedad General de Escritores de México-Sociedad de Autores y Compositores de Música-Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, México, 2004, pp. 108, 105, 111.

⁷ Lourds Arizpe, “La transformación de la cultura en México” en Raúl Béjar y Héctor Rosales coordinadores, *La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Nuevas miradas*, Universidad Nacional Autónoma de México / Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, México, 2005, p. 41.

⁸ Ernesto Piedras, ¿Cuánto vale la cultura? *Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, op. cit., pp. 134 y 135.



© Juan San Juan, Red Cultural



monumentos históricos⁹ y estos aumentan constantemente, sobre todo en algunas áreas (por ejemplo los monumentos históricos pasaron en unos cuantos años a ser 118),¹⁰ porque otras se han dejado completamente abandonadas (Néstor García Canclini afirma que “hace muchos años que el Estado no crea nuevos museos, ni compra obras de arte”).¹¹

Y sin embargo, según la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales levantada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, apenas 60 por ciento de la gente afirma haber visitado algún museo, y en las casas de cultura y salas de lectura, la asistencia anda alrededor del 9 por ciento. Por lo que se refiere a los espacios arqueológicos, “el promedio de visitantes anuales se situó en alrededor de 40 millones”.¹² Ernesto Piedras ha calculado un promedio de cinco visitantes al día para cada uno de los lugares referidos.¹³

De la asistencia a galerías, no se cuenta con datos ni de cuántas hay ni de cuánto venden, pero un caso que puede servir como indicador es el del Jardín de Arte de Sullivan que, después del gran auge en la década de los setenta, decayó por completo.¹⁴

44 por ciento de los ciudadanos acuden a las salas de cine al menos una vez al mes. México es el quinto mercado mundial por número de espectadores y el cuarto por la transferencia de regalías al extranjero por concepto de consumos de materiales audiovisuales. El problema es que “las distribuidoras transnacionales controlan el 80 por

ciento del mercado mexicano, con lo que obtienen las mejores fechas (y salas) para los productos estadounidenses y dejan las peores para las cintas mexicanas, razón por la cual éstas no alcanzan a recuperar su inversión (en los últimos años, el 90 por ciento de los productores no la han recuperado y eso que el Estado ha aportado el 49 por ciento de la inversión), a lo que se agrega que los distribuidores y exhibidores se llevan más de la mitad de las ganancias.¹⁵

La televisión es el medio “de más penetración” en los hogares mexicanos según afirman Nivón y Villalobos (en la ciudad de Guadalajara, más de 99 por ciento de los hogares tienen al menos un aparato,¹⁶ y según la citada Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales del Conaculta “más del 95 por ciento de los entrevistados acostumbra ver televisión y casi la mitad la ve entre dos y cuatro horas al día”),¹⁷ pero está en manos de muy pocas empresas, y una de ellas, la líder en el mercado, “captura el 74 por ciento de la audiencia”¹⁸ y “dispone de un presupuesto de 210 millones de dólares anuales de los cuales 82 millones se destinan a su principal producto: telenovelas”.¹⁹

Escuchar música es un hábito cultural muy extendido,²⁰ y según la ya citada Encuesta Nacional, quienes lo hacen dedican a esta actividad entre dos y cuatro horas diarias.²¹ Muchos usan la radio, más del 87 por

¹⁵ *Ibidem*, pp. 120, 121 y 122.

¹⁶ Eduardo Nivón Bolán y Eduardo Villalobos Audifred, “Perfil metropolitano del consumo cultural. Los casos de Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal”, en *Retos culturales de México frente a la globalización*, *op. cit.*, pp. 538 y 543.

¹⁷ Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales citada en Néstor García Canclini, “¿Cómo se comporta la sociedad mexicana ante la globalización cultural?”, *op. cit.*, p. 59.

¹⁸ *Ibidem*, p. 63.

¹⁹ Ernesto Piedras, *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, *op. cit.*, p. 126.

²⁰ *Ibidem*, p. 85 y Eduardo Nivón Bolán y Eduardo Villalobos Audifred, “Perfil metropolitano del consumo cultural. Los casos de Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal”, *op. cit.*, p. 539.

²¹ Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales, citada en Néstor García Canclini, “¿Cómo se comporta la sociedad mexicana ante la globalización cultural?”, *op. cit.*, p. 59.

⁹ Lourdes Arizpe, “La transformación de la cultura en México”, *op. cit.*, p. 41.

¹⁰ *Ibidem*, aunque la definición de qué es un monumento histórico aún no es compartida por todos los que elaboran estas cifras.

¹¹ Néstor García Canclini, “¿Cómo se comporta la sociedad mexicana ante la globalización cultural?” en Lourdes Arizpe coordinadora, *Retos culturales de México frente a la globalización*, Cámara de Diputados-Miguel Ángel Porrúa, México, 2006, p. 58.

¹² Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales, *Retos culturales de México...*, *op. cit.*, p. 59.

¹³ Ernesto Piedras, *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, *op. cit.*, p. 134.

¹⁴ *Ibidem*, pp. 129 y 133.

ciento, y casi el 80 por ciento de los encuestados afirmó que acostumbra escuchar música grabada y sabemos que se trata de empresas transnacionales que son las principales productoras de discos.

Los datos podrían seguir: cuánta gente asiste a los teatros y qué tipo de obras prefiere ver; qué pasa con el fenómeno de los espectáculos masivos, tanto en los recintos cerrados (como el Palacio de los Deportes o el Auditorio Nacional) como en las plazas públicas (por ejemplo el Zócalo), cómo funciona el negocio de los videos, cuál es su procedencia y a dónde van las ganancias, cuánta gente usa computadoras (30 por ciento de los entrevistados), Internet (cerca del 25 por ciento) o cualquiera de los demás aparatos que permiten el consumo de lo que se considera cultura.

LA REALIDAD MÁS ALLÁ DE LOS DATOS

¿Nos sirve de algo saber todas estas cifras, esa “dimensión objetiva” como le llaman Raúl Béjar y Héctor Rosales,²² para entender algo de lo que es y cómo funciona la cultura en México?

Sin duda, los datos nos permiten comprender varias cosas significativas: por ejemplo que, como señala un estudioso, “hay predominio de las industrias culturales sobre las vías tradicionales de acceso a la cultura”, pues los cines son más visitados que las bibliotecas, los museos y las librerías,²³ o que la infraestructura cultural es más grande que la realidad de su aprovechamiento, como se observa por la escasa asistencia a museos y sitios arqueológicos y que en muchos casos esa infraestructura cultural no responde a los intereses reales de la población, por ejemplo, los estados de Tabasco, Tlaxcala y Oaxaca tienen el mayor porcentaje de bibliotecas por habitante pero los menores índices de lectura.²⁴ Esto nos permite con-

cluir que la infraestructura y la oferta culturales no necesariamente tienen que ver con el consumo, o dicho de otra manera, que más museos no hacen que más gente acuda a los museos ni más bibliotecas hacen que más gente lea. Y esta observación se puede ampliar hasta afirmar que ni la legislación ni los programas culturales se han traducido ni se reflejan en la participación de los habitantes en lo que, desde los parámetros que hoy se consideran válidos, es la vida cultural.

Un caso emblemático es el estado de Jalisco que con todo y que tiene el conjunto de leyes más amplio relativas a la cultura (veintiún reglamentos por comparación a los nueve que tienen el Distrito Federal y Nuevo León), sus habitantes son los que, de acuerdo a los criterios cuantitativos, consumen menos cultura.²⁵

Ahora bien: si insisto en decir “de acuerdo a estos parámetros” o “según estos criterios” es porque ellos definen un concepto de cultura particular, que deja fuera a otros. Por ejemplo, en Oaxaca las personas no irán a las bibliotecas pero producen artesanías; en Jalisco no irán a los museos pero van a los espectáculos y a las iglesias; en el Distrito Federal no irán a las zonas arqueológicas pero hacen deporte (o van a él como espectadores) y acuden a antros; todo lo cual nos tendría que hacer reconsiderar el concepto de cultura mucho más allá que el consumo de cierto tipo de productos y servicios o la asistencia a cierto tipo de instalaciones consideradas culturales. O como lo ponen Nivón y Villalobos, se trata de “actividades que requieren escasa mediación de las industrias o instituciones culturales”,²⁶ pero eso no significa que no sean cultura. E incluso, son actividades que sí requieren de las industrias culturales pero que no son consideradas como cultura por quienes hacen las definiciones y fijan las políticas: por ejemplo leer *best-sellers* y revistas o escuchar radio o ir al fútbol.

Y es en este punto cuando llegamos al meollo del asunto: que el término cultura puede definirse de mu-

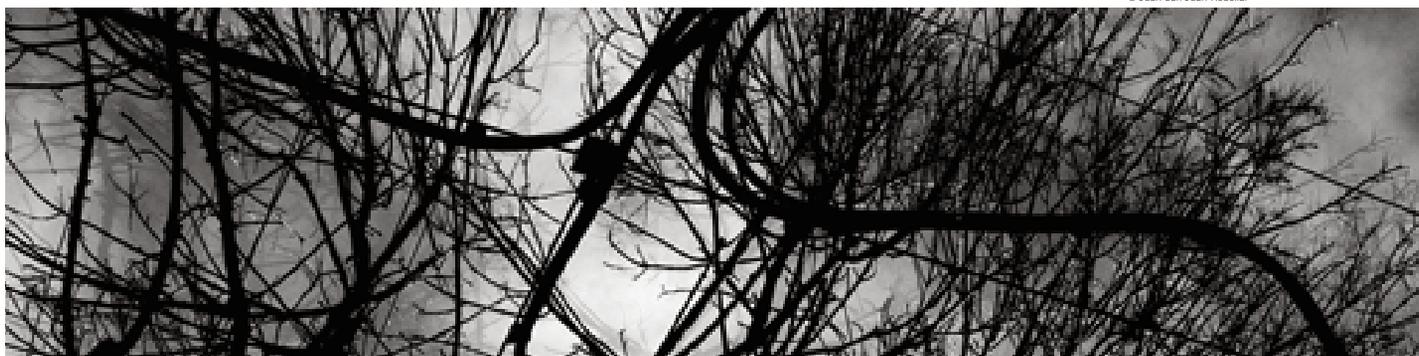
²² Raúl Béjar y Héctor Rosales “Para pensar a México en el siglo XXI: Notas críticas sobre globalización, cultura e identidad” en *Retos culturales de México frente a la globalización*, *op. cit.*, p. 233.

²³ Néstor García Canclini, “¿Cómo se comporta la sociedad mexicana ante la globalización cultural?”, *op. cit.*, p. 59.

²⁴ Periódico *La Jornada*, México, 28 de octubre de 2006.

²⁵ Eduardo Nivón Bolán y Eduardo Villalobos Audifred, “Perfil metropolitano del consumo cultural. Los casos de Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal”, *op. cit.*, pp. 536 y 539 y siguientes.

²⁶ *Ibidem*, p. 550.



chas maneras y no solamente como se le entiende en la tradición oficial mexicana. Pongo por ejemplo una encuesta que yo misma realicé entre maestros indígenas de Chiapas, Oaxaca y Guerrero en la cual se hizo evidente que muy pocos tenían idea de quiénes eran los escritores que nosotros hemos colocado en el olimpo de nuestro panteón cultural. Ninguno había escuchado los nombres de Juan Rulfo, Carlos Fuentes, Elena Poniatowska, Carlos Monsiváis, Laura Esquivel o Paco Ignacio Taibo ni los nombres de algunas de las novelas más conocidas como *Los de abajo* o *Pedro Páramo*. Los chiapanecos no habían oído hablar de Rosario Castellanos ni los guerrerenses de Altamirano. Tampoco habían ido a un museo ni a un cine, pero eso no significa que no tenían cultura y prácticas culturales. De hecho al contrario, eran la gente “leída y escrita” como decía Cosío Villegas, de sus pueblos, conocían bien la historia de México, con los héroes y las fechas cívicas y las costumbres, religiosidades y lenguas de sus pueblos, las que hablaban fluidamente además del español.²⁷

Esto mismo vale para otros grupos: por ejemplo, los jóvenes de las zonas urbanas para quienes la cultura no está en la galería, la librería o el teatro sino en los centros comerciales, auditorios y estadios, parques y plazas públicas, discotecas y centros nocturnos.

Por eso la cultura tiene que verse como más allá de la estadística de producción y consumo de mercancías, bienes y servicios,²⁸ más allá de leyes e instituciones, convenios y planes, políticas y presupuestos. Hasta quienes hacen los diagnósticos más cuantitivistas se ven obligados a reconocer que libros, museos, telenovelas, discos, son

solamente “un medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria”,²⁹ pero no el único ni el universal.

EL FRACASO DE LA POLÍTICA CULTURAL OFICIAL

La cultura es asignación de significados a las prácticas de la vida que le dan sentido. Y esto se refiere a toda una dimensión que podríamos llamar subjetiva³⁰ pero que, a pesar de eso, no es individual sino colectiva, social.

La política cultural de los gobiernos, aunque parezca elaborada con tan buenos propósitos y envuelta en tan bellas palabras, no ha conseguido convertirse en parte integral del diario acontecer, ni ha conseguido recoger las expresiones de los diversos grupos y las distintas regiones, ni ha conseguido dejar de lado dos características que la marcan: lo que podríamos llamar su modo de ser “oficialista” y lo que es su “positividad”. Aquella se refiere a una manera de entender y transmitir las cosas, desde los temas que se eligen hasta el modo de hacerlos circular. Ésta se refiere a la reiteración de ese asegurar el “éxito” y los “grandes resultados” que siempre aseguran que obtienen, sin realmente profundizar en la evaluación de las acciones.

Y es que la cultura en México ha seguido hasta hoy un concepto imaginario de lo que debe ser cultura, que los hace, por ejemplo, derribar el edificio donde se localizaba el antro News Divine después de la tragedia sucedida en 2008 en la que murieron varios jóvenes y en su lugar construir un centro de esparcimiento y cultura,

²⁷ Sara Seifovich, Encuesta a un grupo de maestros indígenas de primaria de zonas rurales de Chiapas, Guerrero y Oaxaca, Arizona State University, marzo de 2006.

²⁸ Según dice la Declaración Universal Sobre Diversidad Cultural del 2000, artículo 8 de la UNESCO.

²⁹ Organización de las Naciones Unidas, Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos en México: derechos culturales, 2003, p. 27.

³⁰ Raúl Béjar y Héctor Rosales “Para pensar a México en el siglo XXI: Notas críticas sobre globalización, cultura e identidad”, *op. cit.*, p. 232.



© Juan San Juan-Frediani

porque se considera que bailar y beber no es lo adecuado pero jugar ping pong y oír conferencias sí lo es. Y a partir de esta concepción, ha adoptado un modelo de acumulación extensiva: más museos (el Gobierno de la Ciudad de México se enorgullecía en 2006 de que la capital contaba con 121), más bibliotecas y hasta una megabiblioteca, más casas de cultura (“Les vamos a construir sus casas de cultura a todas las colonias, ya verán”, dijo una delegada cuando tomó posesión del cargo), más exposiciones, conferencias, espectáculos y conciertos, más número de ejemplares de libros (¡llegaron a hacerse ediciones de 100,000 en un país en el que los promedios de lectura son tan bajos!) y “la explosión demográfica” de simposios, coloquios, premios, festivales, homenajes y conmemoraciones. ¡Tan sólo en los primeros cuatro meses de 2008 el Instituto Nacional de Bellas Artes homenajeó a Vicente Leñero, Sergio Pitlor, Octavio Paz, Dolores Castro, Inés Arredondo, Griselda Álvarez y Ángel de Campo! Y todo ese año están programados, tanto por parte del Gobierno Federal como de varios gobiernos locales, universidades y editoriales, homenajes a Carlos Monsiváis por sus setenta años, Carlos Fuentes por sus ochenta, Alí Chumacero por sus noventa, Octavio Paz por diez años de muerto. En este sentido, y por la forma en que se la entiende, la cultura es un terreno en el que nunca ha existido la crisis: la oferta es amplísima, excede cualquier fantasía sueño o deseo.³¹

Su problema es que sólo es oferta pero no consumo. Y lo es, en buena parte porque adolece de los mismos vicios que hay en todos los rubros: no tener una concepción de qué es la cultura (y considerar que basta con usar el término para legitimarse y barnizarse de gloria) y suponer que una política cultural consiste en disponer una y otra vez de más asignación presupuestaria para hacer más de lo mismo.

Peor también porque se trata de un concepto de cultura atravesado por paradojas y contradicciones irresolubles:

Aunque pretende ser democrática (por ejemplo, llevar a los autores consagrados a sitios populares o presentar en los lugares de la “alta” cultura a la banda de *rock*, la tambora y la artesanía), por la naturaleza misma de su concepción, no lo es ni lo puede ser, pues su esencia consiste en ir de arriba para abajo, ser un conjunto de ofrecimientos de eventos y mercancías que consumidores pasivos reciben³² y estar permeada por “una vieja tradición elitista”,³³ en la cual los creadores individuales ofrecen sus productos.

Aunque pretende reconocer y aceptar los nuevos tiempos y los cambios en valores, modos y métodos de elaborar los productos culturales, no considera cultura

³¹ Sara Sefchovich, “Cultura de la crisis y crisis de la cultura” en *México: país de ideas, país de novelas*, Grijalbo, México, 1987, pp. 262 y 263.

³² *Ibidem*, p. 263.

³³ Así le llama Guillermo Bonfil Batalla en “La querrela por la cultura” en *Pensar nuestra cultura*, Alianza, México, 1992, p. 159.

a ningún objeto diferente de los establecidos tradicionalmente. Esto resulta obvio si se observa que desde hace años se homenajea y premia a los mismos personajes y obras, evitando así el riesgo de lo nuevo o lo diferente.

Aunque pretende ser inclusiva, ha creado un canon que ha establecido y fijado cuáles autores y cuáles obras se consideran imprescindibles y fundamentales, dejando fuera todo lo demás y estableciendo una verdadera “aristocracia del espíritu” en el sentido de Nietzsche.

Aunque pretende estar abierta al espectro regional y local, está centralizada y es centralista. Por eso Sergio González Rodríguez afirma: “Existe una tendencia al uso de conceptos centralizadores, inflexibles, de criterio nacional o generalizador, paradigmas autoritarios”.³⁴

Aunque pretende permitir toda la diversidad, es homogeneizadora y tiende a una cómoda homogeneidad (o como decía José Luis Martínez “alguien tiene el acierto y la originalidad de escribir una novela y cien, mil más, continuarán pastando en ese prado”).³⁵ Esto se da a pesar de que vivimos en un mundo en el que ya no existen ni pueden existir las lecturas monosémicas,³⁶ en el que un objeto cultural ya no tiene ni puede tener una forma única de leerse, verse, oírse, entenderse. Hoy todos los productos culturales se “contaminan” entre sí, reapiándose y readaptando conceptos, ideas estéticas, ideologías, lenguajes, formas de estructuración.³⁷

Como política cultural es completamente errática: un día se publican miles de ejemplares de libros a los que se considera clásicos e imprescindibles y otro día se la convierte en espectáculo para los pobres en las ciudades, un día se deja que las cosas vayan funcionando como puedan y otro se pretende coordinarlas o controlarlas con instituciones y leyes. No existen objetivos claros ni una idea de largo plazo y siempre está sujeta a los caprichos de gobiernos y funcionarios en turno que asignan o recortan presupuestos, prioridades, temas, modos.

Las anteriores paradojas y contradicciones se deben a que la cultura en México, de acuerdo a la concepción predominante:

Es de grupos o de “mafias” como le llamó Luis Guillermo Piazza, de cacicazgos como les llama Arnaldo Córdova.³⁸ Los escritores, pintores, cineastas, músicos, bailarines se tienen que organizar de ese modo si quieren que se les tome en cuenta porque nadie que no sea de su grupo dirá una palabra sobre su trabajo y, a su vez, ellos harán el vacío y guardarán silencio en torno al trabajo

³⁴ Sergio González Rodríguez, “Notas sobre cultura y región” en *Eslabones*, número 4, *op. cit.*, p. 24.

³⁵ José Luis Martínez, *Literatura mexicana siglo XX (1910-1949)*, Antigua Librería Robredo, México, 1949, p. 107.

³⁶ Herre Zima, *Pour une sociologie du texte littéraire*, Union Générale d'Éditions, Paris, 1978.

³⁷ Versión libre de una idea de Fredric Jameson en *The Political Unconscious. Narrative as a Socially Symbolic Act*, Cornell University Press, New York, 1981.

³⁸ Luis Guillermo Piazza, *La mafia*, Joaquín Móriz, México, 1967.

de los demás, aunque todos en el discurso dirán que son abiertos y plurales. Escribe Córdova:

Nuestros grandes intelectuales se convierten en caciques. Su autoridad intelectual no puede ponerse en duda y de ello se aprovechan. Comienzan a decidir todo lo que debe y puede hacerse, deciden lo que es bueno y lo que es malo, deciden quiénes están bien o mal de acuerdo con los cartabones que ellos mismos imponen; quién pasa y quién no pasa la prueba de sus paradigmas, quién se queda o quién debe ser excluido.³⁹

Es de códigos.

Hay películas, novelas, pinturas, obras de teatro y de danza, suplementos culturales que reciben aplausos porque obedecen a lo que los grupos culturales en el poder consideran que se vale decir y a cómo se debe decir, en otras palabras, porque aceptan una cierta lógica, concepción y modo de hacerse que “constituye una práctica socialmente ritualizada y regulada” como diría Gilberto Giménez. En una entrevista con la directora de una compañía de danza que repetidas veces ha obtenido becas del Estado, la mujer confesó que “ya se sabía el código” y que los proyectos que presentaba eran los que tenía seguridad que ganarían. Y ganaban siempre.

No acepta la crítica.

Escribe Julio Boltvinik: “La crítica es interpretada como descalificación personal. Quien se atreva a criticar las ideas, análisis y conclusiones de sus colegas es castigado por la comunidad con el aislamiento. Por eso todos se abstienen de cualquier crítica a sus colegas”.⁴⁰ A quien transgrede este tabú se le aplica “el tribunal, la picota, el dogma y la exclusión” como se decía en tiempos del modernismo. Pero además, ¿quién se atrevería a hacerla cuando el criticado puede después estar en una comisión de las que da los apoyos y becas? El Sistema Nacional de Investigadores y el Sistema Nacional de Creadores han apoyado a los intelectuales, científicos y artistas pero también han comprado su silencio y complacencia y han acabado con la crítica.

Tiene un compromiso con el poder.

Desde el momento en que es el que patrocina la mayor parte de la producción cultural (“no es exagerado señalar que en México cerca del 90 por ciento del presupuesto dedicado a la cultura lo proporciona el Estado” afirma Carlos Monsiváis)⁴¹ y es el que da toda suerte de preben-

das. Por eso los intelectuales, artistas y creadores que son los “reconocidos” por la cultura están siempre cenando con el Presidente y los Secretarios de Estado, participando en y aceptando homenajes, encomiendas y encargos.

Esta excesiva cercanía ha hecho que no puedan ser “la conciencia moral de su tiempo” que Isaiah Berlin suponía que debían ser. Claudio Lomnitz lo dice con cierta amargura: en México “se logró separar a la Iglesia y al Estado pero no a la cultura y al Estado”.⁴²

Hoy día esta cercanía es también con los medios de comunicación. “Enséñame a un elitista y yo te mostraré quién se muere de ganas de que lo inviten a un programa de televisión” escribió Monsiváis resumiendo el espíritu de la época,⁴³ porque todos sueñan con estar en la televisión, la radio y los periódicos. Como sueñan con ser una presencia en el mercado, porque estos dos, medios y mercado, son hoy por hoy los criterios de validación que se aceptan (aunque se critique a quien lo consigue acusándolo de haberlo logrado por ser ligero, malo, superficial con concesiones a la moda, complaciente o vendido).

Lo paradójico de esta situación es obvio: el mercado (siendo que pocos pueden comprar); la excesiva valoración de lo científico por sobre lo humanístico y social (siendo que estamos atrasados en ciencia y tecnología y en cambio tenemos una gran tradición en las otras dos áreas); la sobrevaloración discursiva de las creaciones de los jóvenes (frente a la realidad del respeto solamente para los ya consagrados, que son los mismos desde hace medio siglo); la subordinación a la escena internacional (a pesar del nacionalismo discursivo) y el predominio de la promoción por sobre la producción.⁴⁴

CULTURA Y CULTURA

En síntesis: el Estado mexicano, a pesar de su discurso triunfalista, ha fracasado en su objetivo de hacer llegar la cultura (en su sentido restringido) a la población. Ni las ediciones de miles de ejemplares, ni la apertura de bibliotecas y museos, ni los subsidios al teatro, al cine y a los creadores, ni la obligación a los escolares de leer ciertos textos canónicos de la literatura, ni la promulgación de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, ni la creación del Consejo Nacional para el Fomento del Libro y la Lectura, ni la publicidad, nada de eso ha logrado que la gente lea, que acuda a las exposiciones y al teatro o a ver películas mexicanas.

³⁹ Arnaldo Córdova, “El ser de la Universidad”, *Revista de la Universidad*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, número 602-604, marzo-mayo de 2001, p. 18.

⁴⁰ Julio Boltvinik, “2006: fin de la ilusión democrática”, periódico *La Jornada*, México, 29 de diciembre de 2006.

⁴¹ Carlos Monsiváis, “Paisajes de la cultura: entre un diluvio de chips y un laberinto de paradigmas” en Francisco Toledo, Enrique Florescano y José Woldenberg, coordinadores, *Los desafíos del presente mexicano*, Taurus, México, 2006, p. 168.

⁴² Claudio Lomnitz, “Fisuras en el nacionalismo mexicano” en *Modernidad Indiana*, Planeta, México, 1999, p. 26.

⁴³ Carlos Monsiváis, “Simposio sobre la cultura”, *op. cit.*, p. 7.

⁴⁴ Blanca González Rosas, “1968: detonante del arte contemporáneo mexicano”, Armando Ponce coordinador, *México, su apuesta por la cultura*, Proceso-Grijalbo-Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2003, p. 61.



Y es que la inexistencia de públicos para la cultura se debe a varios factores:

Que somos un pueblo con un pésimo sistema educativo, con desconocimiento profundo de la historia (incluida la propia) y de los productos culturales nuestros y de otros países. Ello se debe en buena medida a que en los tiempos coloniales la Corona y la Iglesia prohibieron leer y lo castigaron, pero sobre todo lograron hacer creer que era una pérdida de tiempo “gastarlo en la lectura de filósofos y poetas” y en general que el conocimiento sólo servía para crear problemas (recuérdese lo que al respecto escribió Sor Juana: “Cabeza que es erario de sabiduría, no espere otra corona que de espinas”).

Que nos han obligado a un nacionalismo que, como decía Edmundo O’Gorman, decide lo que supuestamente es auténticamente mexicano y lo que no, asignándole a aquello el valor de lo bueno y a esto el de lo malo. El resultado es que existe una especie de obligación de interesarse por lo propio, que puede desalentar bastante el acercamiento a los productos culturales. Así lo dijo en su momento Jorge Cuesta:

Preferir las novelas de Gamboa a las novelas de Stendhal y decir don Federico para los mexicanos y Stendhal para los franceses... por lo que a mí toca, ningún Abreu Gómez logrará que cumpla el deber patriótico de embrutecerme con las obras representativas de la literatura mexicana... Que duerman a quien no pierde nada con ellas. Yo pierdo *La Cartuja de Parma* y mucho más.⁴⁵

Y sin embargo, muchos escritores mexicanos (pintores, bailarines, etcétera) siguen creyendo que debería

ser obligatorio “poner hasta adelante en las librerías la obra de autores mexicanos” (o exhibirla en los principales recintos) suponiendo que así va a consumirse más.

Que tenemos un concepto de lo que es y debe ser cultura que deja fuera productos que “oficialmente” no se consideran como tal y obliga a incluir algunos que no necesariamente gustan, interesan o atraen a los consumidores, quienes pueden preferir, como dice Sergio González Rodríguez, “otras voces, otras historias, otras sensibilidades... otros protagonistas, sitios y hechos diferentes”⁴⁶ o incluso, como han mostrado Nivón y Villalobos, otro tipo de productos. Dicho de otro modo, que darle una jerarquía superior a ciertos objetos por sobre otros, y negar que cultura sea tanto el museo como la telenovela, el cineclub como el cómic, estableciendo una distinción entre “lo noble y lo espurio” como diría Camille Paglia ha conducido a un concepto estrecho de cultura que solamente se refiere a “cierta clase de actividades, actitudes, gustos y conocimientos en torno a la creación artística y a un campo limitado del quehacer intelectual” según diría Guillermo Bonfil,⁴⁷ que deja fuera a muchos productos que satisfacen con eficacia reales necesidades (aun si fueron artificialmente creadas) de quienes los consumen, sin entender que cultura es “una manera de verse y comprenderse en el mundo”. ■

⁴⁶ Sergio González Rodríguez, “Notas sobre cultura y región”, *op. cit.*, p. 27.

⁴⁷ Guillermo Bonfil, “La querrela por la cultura”, *News*, número 100, México, abril de 1986, p. 32.

⁴⁵ Jorge Cuesta citado por Guillermo Sheridan, “México, los contemporáneos y el nacionalismo”, mimeo, México, s/f.

Fotografías de Juan San Juan Rebollar, www.artgoritmo.com.mx.