

INDICADORES DE CULTURA

Políticas culturales: pocos datos para la polémica

Néstor García Canclini*

► ¿Hay que reformar la Ley de Cultura? ¿Cuál de las iniciativas de Ley de Radio y Televisión es más conveniente para el desarrollo cultural de México, la convergencia tecnológica y la participación ciudadana? Las agitadas discusiones de los últimos meses exhiben más posiciones ideológicas que datos, o arrojan grabaciones clandestinas hechas a funcionarios, legisladores y asesores pero poca información consistente. Los problemas son estructurales mientras el debate se demora en anécdotas.

La discusión de principios y los juegos de alianzas son parte de las decisiones políticas también en el campo cultural. Pero suelen ser menos arbitrarias en países como Francia, España, Canadá y Gran Bretaña, donde existen estadísticas confiables, de acceso abierto, sobre los públicos de museos, centros culturales y medios masivos, los usos de las bibliotecas e Internet, y cómo se relacionan estos datos con las inversiones y los gastos públicos y privados, con las importaciones y exportaciones de bienes y mensajes.

La situación comienza a cambiar en México desde los años noventa. Libros y tesis académicas realizados en la UNAM, la UAM, la Universidad de Guadalajara, el TEC de Monterrey y el Colegio de la Frontera Norte informan sobre las tendencias del consumo cultural en las grandes ciudades. También aparecieron en los últimos años cuatro investigaciones auspiciadas por organismos públicos. CONACULTA editó un *Atlas de infraestructura cultural de México*, que sistematiza los datos sobre patrimonio, bibliotecas, museos, teatros, librerías, cines, radio, televisión y equipamiento de las viviendas. *¿Cuánto vale la cultura?* es el título del libro de Ernesto Piedras (CONACULTA/SACM/SOGEM/CANIEM, 2004), primera investigación económica de las industrias culturales de nuestro país. En tercer lugar, la *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, encomendada por CONACULTA al Instituto de

Investigaciones Sociales de la UNAM, ofrece un panorama de las 27 entidades federativas, incluyendo 144 municipios. Por último, el Instituto Nacional de la Juventud publicó en 2002 un amplio estudio sobre este sector, y tiene en proceso una nueva encuesta nacional.

Estos trabajos revelan que las industrias culturales, con infraestructura productiva y personal calificado en México, son un recurso valioso para que crezca la economía, se generen más empleos y exportaciones. Existe capacidad editorial, fílmica y fonográfica para producir bienes y espectáculos para el mercado de casi 500 millones de hispanohablantes (incluidos los 40 millones residentes en Estados Unidos). El estudio de Ernesto Piedras calcula, además, en 6.7% del PIB nacional lo que generan la música (2.6%), el cine (1.4%), las editoriales (1.3%), otras industrias audiovisuales y las artes plásticas, o sea que la producción cultural representa un porcentaje mayor que la construcción y el sector agropecuario. El propio autor señala que el porcentaje del PIB sería más alto si consideráramos la economía sombra, notoriamente la piratería de discos, videos y CDs. Si añadiéramos otras áreas de la producción cultural no incluidas en este estudio, como las artesanías, alcanzaríamos, tal vez, un 10%.

A pesar del valor económico y sociocultural que estos estudios evidencian, no existe en México un departamento u observatorio que correlacione estos datos entre sí y con otros campos del desarrollo (está sólo el Sistema de Información Cultural en CONACULTA, que sistematiza estadísticas, pero no tiene personal ni presupuesto suficientes para realizar investigaciones amplias o encargarlas a las universidades).

De las estadísticas a los indicadores

Los pocos participantes en debates sobre los proyectos de ley mencionados que manejan la información precedente usan cifras aisladas. Es útil saber que más de 95% de los entrevistados acostumbra ver televisión y más de 87% oír radio. El tiempo dedicado a estos medios es significativo: casi la mitad (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

* Director del Programa de Estudios sobre Cultura Urbana en la Universidad Autónoma Metropolitana.

(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, p. 177).

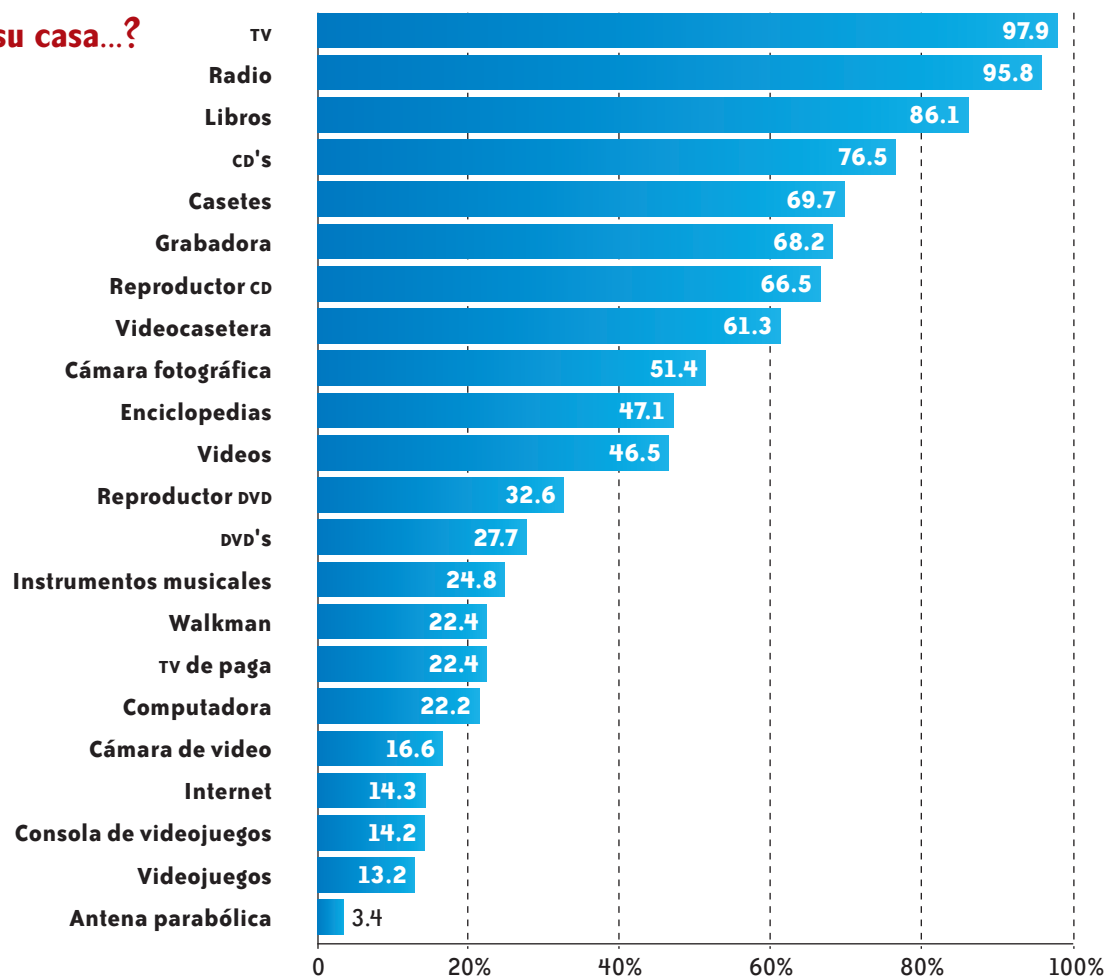
Las industrias culturales predominan sobre las vías tradicionales de acceso a la cultura. Los cines son más visitados que las bibliotecas, los museos y las librerías. De los entrevistados, 30.3% dijo usar la computadora y 24.6% Internet. Entre los datos que hacen pensar en las contradicciones y ambivalencias de nuestro desarrollo cultural, elijo éste: después de la televisión y la radio, el recurso más difundido es la música grabada, pero el 70.3% de quienes la compran busca 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.

¿Qué consecuencias tienen estos estudios sobre las políticas culturales? Si la cultura mediática es tan

difundida e influyente en la mayoría de la población, ¿podemos mantener separados los organismos dedicados a las artes, el patrimonio y las culturas populares (CONACULTA), y, dispersas en varias secretarías de Estado, las actividades de medios masivos, otorgamiento de frecuencias, permisos de importación, regulación de contenidos y los intercambios culturales y comunicacionales con otros países? ¿Es posible seguir discutiendo sin conexión la Ley de Cultura —como si sólo se tratara de armonizar jurídicamente las funciones del INAH, el INBA y CONACULTA— y la Ley de Radio y Televisión —como si apenas hubiera que ver cómo se hace la convergencia digital, y no implicara contenidos y derechos a la diversidad en información y entretenimiento?

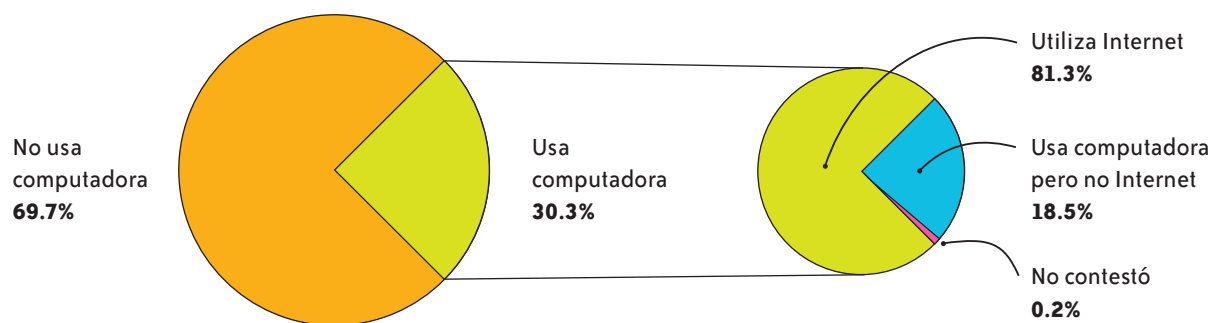
El análisis sociopolítico de estos dilemas requiere avanzar de la producción de estadísticas a la construcción de indicadores culturales. Las cifras sobre inversiones, producción y consumo culturales deben correlacionarse con otros saberes y experiencias para averiguar el significado de los

¿Tiene en su casa...?



FUENTE: CONACULTA, *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, México, 2004, p. 145.

Uso de computadora e Internet



¿Usa usted la computadora?		Porcentaje (de 30.3% que usa computadora)	Porcentaje sobre el total de población
SÍ (30.3%)	Usa Internet	81.3	24.6
	No usa Internet	18.5	5.6
	No contestó	0.2	0.1
No		-	69.4
No contestó		-	0.3
TOTAL		100.0	100.0

FUENTE: CONACULTA, *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, México, 2004, p. 130.

bienes culturales en la sociedad. Señalaba Felipe Garrido en un artículo publicado en este suplemento (diciembre de 2005) que sabemos cuántos libros se vendieron pero no cuántos son para lectura obligada o elegida. Conocemos el consumo de libros, pero no a los lectores. Los estudios sobre consumos culturales, que crecieron desde los años ochenta y todavía son insuficientes, deben desembocar en un conjunto de investigaciones de carácter más cualitativo. No se trata sólo de medir productos, cifras terminales, sino de evaluar procesos.

26
Este País cultura

Para construir indicadores hay que correlacionar las estadísticas de la oferta, de los hábitos de consumo de media y larga duración, del nivel educativo y de aspectos más cualitativos, como la creatividad, los conflictos por el acceso y los ejercicios de ciudadanía. Aparecerán, entonces, nociones como “indicadores de la libertad cultural”, “de creatividad” o “de bienestar y diálogo cultural”, manejados en los estudios de la UNESCO y de otras instituciones.

No podemos manejar estas nociones como neutras: ¿cómo medir la creatividad cultural o la libertad en conflictos y en contextos altamente disputados, que llegan a la segregación de sectores amplios de una nación? Una gran parte de la producción cultural circula fuera de las instituciones. Todavía muchos la ven como algo que hay que reprimir, como ocurre con los grafitis, los narcocorridos o ciertos *performances* de protesta. Pero son importantes para la identificación, para las construcciones de sentido, de vastos grupos sociales.

Cabe destacar algunos aportes latinoamericanos al trabajo internacional sobre indicadores culturales. Tienen que ver, sobre todo, con aspectos antropológicos y estéticos del desarrollo cultural, que sobrepasan las tendencias a unidimensionalmente los usos de la cultura. Por ejemplo, Teixeira Coelho sugiere que los indicadores de la cultura capten, además de números que traduzcan el monto de gastos y ganancias, o la cantidad de empleos que crean las industrias culturales, también aquellas actividades que no parecen tener efectos económicos, por lo menos inmediatos. Debemos desarrollar una capacidad de reconocer procesos en gran parte secretos, escondidos en la trama social, que contribuyen a la calidad de vida. Una etnomusicóloga, Ana María Ochoa, habla de cómo en su país, Colombia, la cultura no se entiende sólo como prácticas identificables con números o valoraciones económicas, sino como construcción de espacios participativos en medio de la guerra, de la violencia extrema, o sea como campo de reconciliación, antídoto al miedo y a la intolerancia generada por hábitos arraigados de odio y preconceptos generados por las confrontaciones. No nos resulta difícil compartir esta visión, porque lamentablemente la situación dramática de Colombia está repitiéndose en otros países latinoamericanos, como México. ~