

---

GABRIEL ZAID

# PRIMEROS RESULTADOS DE LA CONSULTA CULTURAL

*El público interesado en la cultura vio en la Consulta Cultural un mecanismo útil para expresar sus propuestas. En este ensayo, Zaid analiza los primeros resultados, que engloba en tres acciones: fragmentar el poder cultural, darle más información al público y consultar a la comunidad.*

**T**RADICIONALMENTE, A FINES DE SEXENIO, LOS INTERESADOS POR la cultura en México solían inquietarse por los nombramientos de funcionarios culturales para los próximos seis años. Los que podían, se movían calladamente para que tales o cuales personas quedaran en ciertos puestos. Los demás se preguntaban: ¿Quién irá a quedar? Las nuevas

circunstancias han hecho menos calladas estas inquietudes, y las han aumentado, porque ahora, además, la gente se pregunta: ¿Qué irá a quedar?

Se teme que muchas cosas desaparezcan, se privaticen o cambien de signo ideológico. Pero, además de los temores, quizá por haber vivido la insólita experiencia de que el voto pudo terminar pacíficamente con la hegemonía del PRI, ha surgido un ánimo de participar, discutir, proponer. Hay quienes se mueven abiertamente en favor o en contra de tales o cuales personas. Se multiplican las declaraciones y artículos sobre las instituciones culturales. Pero lo más notable de todo ha sido que más de quince mil espontáneos se tomaran el trabajo de responder a la Consulta Cultural. Son números comparables a los que alcanzan las encuestas en pantalla de televisión sobre temas políticos, deportivos o sensacionales, con una diferencia importante: el tema es minoritario y el trabajo requerido mayor que una simple llamada para responder sí o no.

No hay que olvidar en qué país vivimos. En 1993, Jorge A. González y María Guadalupe Chávez de la Universidad de Colima realizaron una encuesta en 3,331 hogares de 34 ciudades

mexicanas de más de cien mil habitantes. En el 36% de los hogares encontraron cuando menos un universitario. Pero de los universitarios, el 22% no había comprado un solo libro en los últimos doce meses, el 39% nunca había estado en una biblioteca pública y el 50% tenía en su casa cuando mucho treinta libros. En 1996, el periódico *Reforma* realizó una encuesta en la ciudad de México entre ochocientas personas mayores de quince años, de todos los niveles de ingreso. El 71% no estaba leyendo un libro, y en el 29% restante Carlos Cuauhtémoc Sánchez fue el autor que más estaban leyendo.

Frente a esta realidad, la idea de una consulta cultural verdaderamente democrática, en la cual participen todos los ciudadanos (o una muestra representativa demográficamente) resulta absurda. Pero el extremo opuesto: decidir todo calladamente en *petit comité*, ya no corresponde al desarrollo de la sociedad mexicana. Gracias a las decisiones en *petit comité* de Altamirano, Sierra, Vasconcelos y tantos otros, a lo largo de más de un siglo, ahora hay más interesados en la cultura que nunca. Sigue habiendo analfabetismo campesino (para vergüenza de nuestros gobiernos) y hasta universitario (para vergüenza de nuestras universidades),

pero entre ese extremo y el *petit comité* ha venido creciendo una pequeña multitud que lee, escribe, organiza talleres literarios, pinta, va a exposiciones, ve los canales culturales, toca algún instrumento, actúa, dirige, participa en conferencias y mesas redondas, investiga, da clases, tiene empleos culturales y, desde luego, no se identifica con los lectores de Cuauhtémoc Sánchez. Tampoco se identifica con el *petit comité*: le parece remoto, secreto, maquiavélico. Quienes participaban en las veladas de Altamirano, aunque no fueran directamente animadores, estaban cerca de los animadores: eran amigos, parientes, conocidos, a los cuales tenían acceso, si querían opinar o participar más activamente. Esta relación deja de ser posible cuando se pasa de una minoría de cien personas a una minoría de cien mil.

El problema práctico de comunicarse y participar en la nueva situación puede atenderse de varias maneras, para favorecer esa cercanía.

1. Fragmentar el poder cultural. La piramidación no mejora la calidad de la cultura, ni tiene economías de escala. Muchas instituciones gigantescas no son más que un atado artificial de actividades inconexas, que pueden operar separadamente. La fragmentación puede ser geográfica, por tipo de actividad o por unidades de operación. Y el poder fragmentado está más cerca de los participantes respectivos.

2. Darle más información al público. En primer lugar, información práctica para que aproveche la oferta cultural disponible. Además, información operacional para que juzgue las decisiones que se toman.

3. Consultar a la comunidad. Desde luego, a los conocedores en cada materia; pero también a los demás interesados en la cultura. Algo de esto ya existe: se escucha a la gente del entorno inmediato, se busca en especial a ciertas personas, se ponen libros en las exposiciones para que los visitantes dejen su opinión. Pero hace falta ampliar y sistematizar la recepción de información, opiniones, sugerencias, propuestas.

Por lo pronto, el resultado más notable de la consulta ha sido la legitimación del sector cultural y, en mayor o en menor grado, de las once instituciones que tienen partida separada en el presupuesto federal. Si de las cifras publicadas (en *Letras Libres* y otras partes) se excluye a los participantes que no sabían de la existencia de esa institución o no tenían opinión, se obtiene el porcentaje de la “Opinión más bien favorable” de los que sí la conocían y tenían opinión. Puede verse en la tabla adjunta.

Estas cifras y el conjunto general de respuestas a la consulta dicen claramente que el sector cultural federal no debe ser desmantelado ni privatizado, sino mejorado y ampliado. Los que responden a la opción “En mi opinión debe desaparecer” no llegan al 4% en ninguna de las once instituciones (el máximo es 3.8% para Estudios Churubusco Azteca). Los que hablan espontáneamente de privatizar (esta opción no se preguntó) son menos aún, excepto en el caso de los Estudios Churubusco: el 7.8% de los que opinaron sobre éstos proponen privatizarlos.

Además de este mensaje distintivo sobre los Estudios Churubusco, hay otros sobre el Fondo de Cultura Económica (15.2% de los que opinaron espontáneamente sobre el Fondo dicen “Que sus directivos sean profesionales de la edición”, lo cual se refiere obviamente a que no siga a cargo de un ex presidente de la república); sobre el INAH (“Mejorar la protección de los sitios arqueológicos y monumentos”, 14.2%); sobre Conaculta (“Eliminar favoritismos, mafias”, 13.8%); sobre el Centro Cultural de Tijuana (“Crear centros análogos en otras ciudades de la frontera”, 9.4%).

Pero la respuesta general más importante, después de la principal (conservar y mejorar el sector cultural) está en la pregunta B: la mitad de los que opinan habla espontáneamente de “Aumentar la difusión informativa”.

Nótese, en primer lugar, que la pregunta B es abierta: “¿Qué cosas buenas para la cultura no está haciendo ninguno de los organismos anteriores?”. Esto se pudo interpretar como: ¿Qué otras instituciones hacen falta? Pero no se interpretó así, fuera de unos cuantos que hablaron de crear una Secretaría de Cultura. Se interpretó más bien en el sentido de: ¿Cómo mejorar las instituciones ya existentes? Y hasta se pudiera decir que la interpretación dominante fue: ¿Cómo hacer llegar la cultura a más personas? Así parecen entenderlo las respuestas más altas: Aumentar la difusión informativa (48.1%), Aumentar la cobertura a grupos populares y a todo el país (22.1%), Desarrollar programas y productos culturales específicos para los niños y los jóvenes (9.4%), Vincular al sector educativo con el sector cultural (9.2%), Descentralizar (8.9%) y otros como Promover la cultura dentro y fuera de México (4.9%), Favorecer la apreciación cultural (3.2%).

<b>OPINIÓN MÁS BIEN FAVORABLE</b>	
Instituto Nacional de Antropología e Historia	<b>73%</b>
Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	<b>73%</b>
Canal 11	<b>73%</b>
Canal 22	<b>67%</b>
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes	<b>67%</b>
Fondo de Cultura Económica	<b>64%</b>
Centro Cultural y Turístico de Tijuana	<b>62%</b>
Radio Educación	<b>61%</b>
Educal	<b>58%</b>
Instituto Mexicano de Cinematografía	<b>53%</b>
Estudios Churubusco Azteca	<b>48%</b>
<small>Nota: Se recalculan los porcentajes publicados de la Consulta Cultural para excluir a los participantes que dicen no conocer la institución o no tener opinión.</small>	

La importancia que recibe la difusión informativa es elocuente y sensata. ¿De qué sirve ofrecer oportunidades culturales, si los posibles interesados no se enteran? Hay, por supuesto, gente perfectamente enterada en todos los medios culturales. Pero se trata, por lo general, de muy poca gente, y con información limitada al medio en que se mueve. Con respecto a otros medios, es común enterarse demasiado tarde de algo que ya terminó o

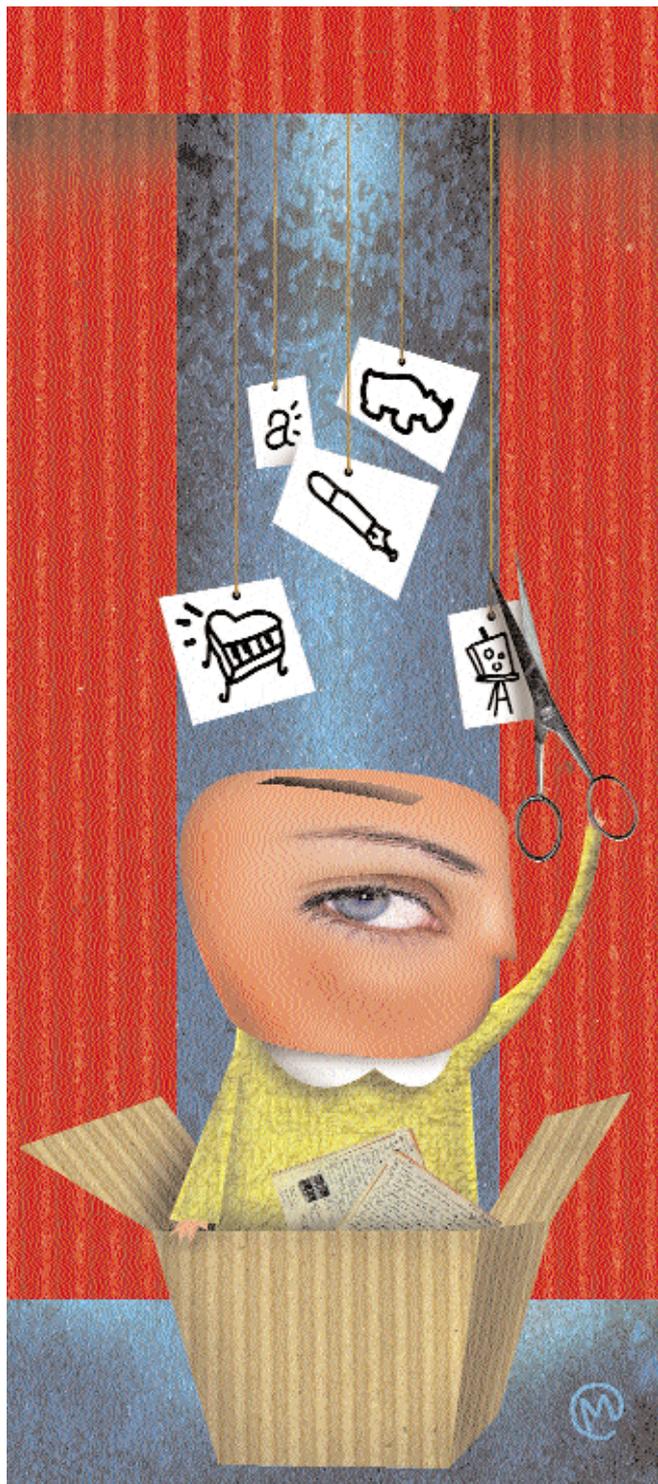


Ilustración: LETRAS LIBRES / Israel Mejía

se agotó, que no se consigue ahí, cuyo horario no es el que uno creía, etcétera. Los que no pertenecen a ciertos círculos, no frecuentan ciertas instituciones o lugares, o viven en otras ciudades, ni saben de muchas cosas valiosas (con frecuencia gratuitas) que pudieran interesarles.

Los que están en el ajo no le dan importancia a esta cuestión

fundamental. Actúan como si estuviéramos todavía en los tiempos de las veladas de Altamirano. Piensan, en primer lugar, que hay pocos interesados, y que de hecho todos saben, porque la información corre de boca en boca; o que no hay presupuesto para informar, y no es tan fácil tener acceso gratuito a los medios de información. En algunos casos, no hay partida expresa en el presupuesto, lo cual implica que anunciarse (pagando) está formalmente prohibido. Por lo demás, hay cierta tendencia en las actividades culturales a enfrascarse en los problemas de producción y administración, olvidándose del público que no está en el ajo. Informar requiere distraer esfuerzos y dinero de cosas que parecen más importantes.

Otra cosa es hacerse propaganda, personal o institucional. En esta dirección, por el contrario, se distraen tantos esfuerzos y dinero que, a veces, las actividades culturales parecen más bien el pretexto para salir en los periódicos y la televisión. Es muy sabido que las burocracias se disputan los medios de comunicación social para controlarlos, si pueden, o cuando menos para figurar. Para lo cual es perfectamente deseable cacarear intensamente algo de poco interés cultural, pero que sirve para anunciarse. Peor aún: es posible gastar un dineral en actos valiosos a los que nadie va, simplemente porque los anuncios e invitaciones salen demasiado tarde. Naturalmente, las invitaciones tardías para que los interesados aprovechen la oportunidad, no llegan demasiado tarde para que se enteren de qué importantes son ciertas instituciones y personas.

Este abuso político del erario explica la desconfianza general y las restricciones presupuestales al gasto en medios de comunicación social. Pero hay que distinguir entre la propaganda y la información práctica. Si se anuncia algo maravilloso, y por todas partes resuena el nombre de la institución y del funcionario que la encabeza, de preferencia con su foto, pero no se dan los teléfonos, faxes, correo electrónico, dirección, horarios, ni detalles útiles sobre los servicios, se está gastando en imagen, no en facilitar que en la práctica el público aproveche la nueva oportunidad. Hasta llega a suceder que algún interesado, después de buscar empeñosamente el servicio, descubra que sí, que se inauguró, pero que todavía no se sabe cuándo llegará a funcionar, ni cómo, ni a qué horas.

Gastar en información práctica para el aprovechamiento de la oferta cultural multiplicaría su beneficio a un costo muy bajo. Gastar, digamos, el 5% del presupuesto cultural en mejorar la vinculación informativa con los interesados en la cultura tendría más efecto que duplicar la oferta cultural de la cual nadie se entera. Los asientos vacíos en las funciones culturales, los libros no leídos en las bibliotecas y bodegas editoriales, las exposiciones, monumentos y sitios arqueológicos no visitados, los cursos y concursos no aprovechados, las becas ignoradas, los archivos no consultados, ofrecen oportunidades desconocidas para muchos que pudieran aprovecharlos. Las instituciones culturales tienen que tomar en serio esta necesidad sentida por los interesados en la cultura. Fue la opinión número uno que formularon espontáneamente. —