

Retos de la difusión cultural en el actual contexto universitario

Bernardo Navarro Benítez*
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

*Profesor investigador del Departamento
de Teoría y Análisis en la UAM-Xochimilco.
Correo electrónico: bnavarro@cueyatl.uam.mx

XV ANIVERSARIO

Resumen

El presente texto es una reflexión en torno a la importancia de la cultura como parte primordial del desarrollo de los individuos, y el papel que juega la Universidad Pública en su difusión y promoción. Se esboza el panorama sobre el cual se desenvuelve la difusión cultural dentro de las instituciones públicas de educación superior y se delinearán algunas propuestas que ayuden a su mejoramiento.

Palabras clave:

Difusión cultural
Cultura
Globalización

Abstract

This paper provides a reflection on the importance of culture as a fundamental aspect of personal development, and on the role that public universities play in promoting and facilitating it. An overview is given of how cultural dissemination is developed in public institutions of higher learning. Some proposals for improvement are outlined.

Keywords:

Cultural dissemination
Culture
Globalization

Introducción

La temática de la difusión cultural como parte del quehacer de las universidades públicas mexicanas constituye una temática central y apasionante, sobre todo para una institución de educación e investigación superior como la UAM, dentro de la cual la difusión y extensión culturales son componentes sustantivos de su concepción universitaria.¹

En el momento actual, la promoción de la cultura, y más aún su difusión, no constituye prioridad alguna de las instancias gubernamentales correspondientes, circunstancia que también afecta a la difusión cultural universitaria. Por supuesto esta situación no tiene una explicación lineal justificada, como algunos podrían pensar con mucha lógica, por los efectos nocivos de la globalización y de la aplicación de las políticas neoliberales.

Difusión cultural y globalización

Recordemos que la promoción y difusión de la cultura propia, por parte de los Estados-Nación han sido y son parte de las estrategias de posicionamiento exitoso dentro de la globalización, aun por parte de los gobiernos neoliberales. No sólo lo hace cotidiana y masivamente Hollywood y su gobierno, por mencionar un caso obvio y extremo, también lo hace la Unión Europea, Francia, Inglaterra y Alemania en particular. Aunque debe mencionarse que en estos países el Estado interviene en la cultura de manera distinta, en Estados Unidos el Estado interviene en la cultura de manera indirecta, principalmente a través de incentivos fiscales, pues el desarrollo cultural se realiza bajo la lógica de la libre empresa y con un gran apoyo de organizaciones filantrópicas. Los estudios de política cultural, realizados por el Consejo de Europa, muestran un ejemplo de esta situación: de lo recolectado en Estados Unidos en 1988 para el desarrollo de la cultura y las artes un 83% tuvo procedencia filantrópica, mientras que el Estado

¹ UAM, *Ley Orgánica y Políticas Generales de la Universidad Autónoma Metropolitana*, México, 1992.

sólo aportó el 15%. Esta situación se agudiza en 1994 a partir de la disminución del presupuesto asignado a la cultura por el Congreso de Estados Unidos, en 1996 aportó 99.5 millones de dólares y para 1998 el presupuesto fue de 98 millones solamente.

En contraste, el Estado francés interviene en el financiamiento de la cultura y las artes de manera directa por medio de organismos públicos. Por lo que sus gastos culturales son obviamente diferenciados con los de Estados Unidos. En 1987, los gastos culturales de Francia fueron de 9000 millones de dólares americanos, los de Gran Bretaña ascendieron a 2000 millones, mientras que Estados Unidos otorgó al área de la cultura y las artes un presupuesto de sólo 170 millones de dólares, ya que el sector filantrópico aportó 7000 millones de dólares (Torres, 1996, en Vargas, 2000). Pero, a pesar de las diferencias de intervención en el desarrollo de la cultura, el conjunto de estos países colocan sus capitales y empresas globales acompañadas de iniciativas culturales.

Ni siquiera puede afirmarse que en nuestros países las políticas neoliberales, incluso en sus etapas más beligerantes, despreciaron la promoción cultural. Recordemos, por cercanía e importancia, las magnas iniciativas culturales del presidente Salinas de Gortari: la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el Centro Nacional de las Artes. La creación de estas instituciones, en un contexto de implantación de políticas neoliberales y de reducción del gasto social, pareciera contradictorio, pero no es así, pues *tiene como base principal las ideas de descentralización, rentabilidad y la modernización* (Informe de Gobierno, 1994) —aunque esta rentabilidad no fuera económica, sino política y social—. Estas acciones se enmarcaron, además, en un periodo donde en el contexto internacional la administración cultural se modernizaba y la formación de administradores de la cultura era prioritaria (Vargas, 2000).

Ejemplo de estas iniciativas culturales del gobierno en la coyuntura neoliberal y en confluencia

con la más importante universidad mexicana, la UNAM, fue la exposición *México: Esplendores de 30 siglos*, en las postrimerías de la negociación del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica. Igualmente, otras iniciativas promocionales contemporáneas intentaban proyectar a México económicamente, apoyándose en la cultura. Un ejemplo de ello fue el intenso trabajo de creación de vínculos culturales con países latinoamericanos y europeos, en contrapelo con la privilegiada relación económica con Norteamérica.

Acciones culturales internacionales 1988-1993

Año	Acciones
1989	Fomento de las relaciones culturales con el Reino de España
	Cooperación cultural con la República de Guatemala
1990	Relaciones culturales con la República Federal Alemania
	Intercambio cultural entre México y Chile
	Encuentro de Ministros de Cultura de América Latina y del Caribe
	Cooperación cultural con la República Federativa de Brasil
	Intercambio en materia de cultura México-Estados Unidos
1992	Fundación del Instituto Paraguayo-Mexicano y la Casa de la Cultura Mexicana en Paraguay
1993	Constitución del Instituto Mexicano-Nicaragüense de Cultura
	Constitución de la Asociación Cultural Mexicano-Salvadoreño
	Creación del Instituto de Cooperación y de Cultura México-Belice

Fuente: Construida con datos del Informe de Acciones Culturales del Gobierno de la República 1988-1993, tomado de Vargas, 2000.

Ciertamente esta promoción no era igual para el resto de las instituciones nacionales, la cultura popular, las universidades o, lo que es más importante, para los creadores y difusores de la cultura mexicanos.² Pero indiscutiblemente la cultura tenía un lugar dentro del *proyecto* internacional de la economía mexicana y de algunos personajes de la política nacional.

En contraste, lo que sí conllevaron las políticas neoliberales para la cultura en México fue la

² Penélope Vargas, tesis de Maestría, *El alcance socio-espacial de la Política Cultural del Gobierno de la Ciudad de México 1998-2000*, México, 2000.

sustitución de los encargados de su gestión y del perfil del funcionario responsable de la administración cultural. Esto llevó a la paulatina sustitución de los artistas-administradores por los tecnócratas, o lo que fue más significativo a la conversión de algunos *artistas* en administradores técnicos supuestamente eficientistas. Paralelamente, el contenido y la forma de las políticas cambiaron con los nuevos tiempos, siendo probablemente la tendencia más grave de entonces la creciente privatización no sólo de los productos y espacios culturales, sino también de su emisión, gestión y direccionalidad.

Los consorcios promocionales, los monopolios televisivos e, incluso, los patronatos tuvieron una importancia decisoria en las iniciativas, contenidos y prioridades de las opciones *culturales*. Los productos culturales se segmentaron y estratificaron aún más, buscándose privilegiadamente los nichos solventes de usuarios-consumidores. Así se daba el caso incluso de *música de protesta* que era *ofrecida* en auditorios de paga mediante boletos que costaban, los más económicos, el equivalente al salario mínimo de una semana.

Paralelamente el reajuste de la economía significó elevadas tasas de inflación que encarecieron libros y grabaciones, así como la inmensa mayoría de los productos culturales, para hacerlos paulatinamente artículos de lujo para amplios sectores de la población. En tanto que la asistencia de las familias a funciones cinematográficas que llegaron a considerarse incluso como parte de *la canasta básica* del consumo popular fueron disminuyendo, reforzada por otros fenómenos como la inseguridad urbana. Los cines se relocalizaron dentro de las



Fotografía: José Ventura

plazas comerciales, asociándose su uso a un patrón solvente, vinculados a consumos de los sectores medios y altos, complementariamente en estos espacios se han promovido formas complementarias de recreación y *cultura de fast food*.

Enclaustramiento doméstico y cultura

Probablemente uno de los efectos más negativos del periodo reseñado para las familias urbanas mexicanas, y de algunas ciudades latinoamericanas, fue el *enclaustramiento doméstico* que influyó también en los consumos culturales.

La asistencia a espacios públicos para presenciar espectáculos, exposiciones y otras actividades, o simplemente para convivir, fue disminuyendo paulatinamente debido al deterioro de la calidad de vida de las familias y la inseguridad en aumento. Esto provocó que el tiempo libre fuese crecientemente aprovechado en los hogares y en los espacios privados, exigiendo de arranque inversiones importantes para los ingresos promedio de las familias mexicanas. Así, las videocaseteras constituyeron muebles obligados en los hogares para disfrutar las películas que se rentan en los establecimientos de video. En tanto, los sectores de más altos ingresos instalaban en sus viviendas antenas parabólicas y decodificadores para acceder a una oferta internacional más diversificada.

Las nuevas tecnologías establecieron también exigencias emergentes para estos consumos alternativos de entretenimiento y cultura: televisores con pantallas más grandes y mejor sonido, reproductores de sonido para nuevas y cambiantes tecnologías y *home theaters*; televisión por cable o de parabólica comenzaron a incorporarse dentro de los hogares;³ sin mencionar los equipos necesarios para los juegos electrónicos e informáticos que permitían a los jóvenes y niños acceder a los consumos que los identifican con su generación.

Lo anterior significó de entrada una estratificación y exclusión significativa para diversos sectores sociales; algunos quedaron de plano marginados, y otros pudieron sólo paulatina y limitadamente incorporarse a estos consumos emer-

³ Raúl Navarro, *El canal de las Estrellas y las Barras*, México, 1993.

gentes reduciendo otros consumos necesarios. Estas situaciones profundizaron las carencias culturales acumuladas al respecto. Así lo documentaron García Canclini y Piccini (1993), por medio de públicos entrevistados en la Ciudad de México conocemos que en la primera mitad de la década de los años noventa, más de dos quintas partes de éstos no asistían al cine durante el año en que se les cuestionó; en el mismo periodo más de dos terceras partes de los entrevistados no concurren a obra de teatro alguna, e igualmente casi 90% no asistieron a conciertos de música clásica.⁴

Retos de la difusión cultural universitaria

La labor de difusión cultural de la Universidad se da en este complejo contexto; sumándose a las viejas carencias nuevas limitantes que influyen, sin duda, en las condiciones y sustrato cultural con que se incorporan los jóvenes a nuestras universidades públicas.⁵ A lo anterior se suma que los aspirantes a la educación superior arrastran con ellos la falta de atención que tuvieron su formación cultural y sensibilización artística desde la educación básica, media y media superior.

Así, sabemos que el reto es aún más severo cuando conocemos que la globalización impone a los jóvenes, en general, y a los futuros profesionistas en particular, nuevas exigencias de conocimiento cultural: lenguas, *lenguajes* y, cuando menos, contactos con las expresiones culturales cinematográficas, plásticas y musicales. Estos constituyen en la actualidad requerimientos esenciales para futuros profesionales que deben conocer también la cultura propia, aun en sus expresiones emergentes, para proyectarse profesionalmente en un contexto globalizado.

Al respecto, la Universidad Pública como una de las principales generadoras de conocimientos científicos, artísticos, humanísticos y sociales, por su compromiso comunitario y por que atrae una importante demanda de actividades culturales y

artísticas de su entorno, tiene el deber de extender, más allá de sus recintos, espacios alternativos de distribución y acceso a una oferta cultural, creativa y reflexiva que contribuya de alguna manera a minimizar los grandes desequilibrios en la difusión de la cultura en la zona metropolitana. Pero esto no siempre se logra, pues muchos de los espacios culturales universitarios están subutilizados o carecen de estrategias de atracción de públicos hacia su oferta cultural, o los esfuerzos no son suficientes.

Lo anteriormente señalado sólo intenta esbozar el complejo panorama sobre el cual se desenvuelve la difusión cultural dentro de las instituciones públicas de educación superior. Situación que, en el caso de la Universidad Autónoma Metropolitana, presenta complejidades adicionales. Sin ser exhaustivos deseamos relevar las siguientes:⁶

1. La UAM se autodefine, por etimología propia, como una institución que interactúa con su entorno metropolitano, al que responde *funcionalmente* a través de tres unidades desconcentradas: los *campus* de Azcapotzalco, Iztapalapa y Xochimilco. Esta situación significaba un doble reto territorial-organizativo que no tenía antecedente en la experiencia universitaria nacional; es decir, cómo definir la demanda cultural de y para una metrópoli con la complejidad y magnitud de la nuestra, así como de los entornos particulares inmediatos y heterogéneos en los que se encuentran insertas cada una de las tres unidades académicas.
2. El concepto de difusión cultural que la UAM asume, expresado en sus Políticas Generales, entraña una gran riqueza, pero también una importante complejidad ya que incorpora a los tradicionales *elementos culturales de contenido artístico, otros adicionales de contenido humanístico, científico y tecnológicos*.⁷ Esto representa, en consecuencia, un reto superior al que tradicionalmente enfrenta la difusión cultural universitaria.
3. Para los usuarios potenciales, tanto dentro de las instalaciones universitarias como de su entorno, no se ha logrado una *cercanía* cotidiana con las actividades de difusión cultural que vayan construyendo una costumbre y tradición participativa y de asistencia.

⁴ N. García Canclini y Mabel Piccini, "Culturas en la Ciudad de México, símbolos colectivos y uso del espacio urbano", en *El consumo cultural en México*, CNCA, México, 1993.

⁵ Comisión de Difusión Cultural, *Proyecto de Difusión Cultural*, Rectoría General, UAM, 1994.

⁶ Bernardo Navarro, *Programa de Gestión de Extensión Universitaria de la Unidad Xochimilco*, 1994.

⁷ UAM, *op. cit.*, ver 3. *Políticas de Preservación y Difusión de la Cultura*, apartados 3.2 y 3.3.

4. La juventud de la institución, 30 años en la actualidad, ha impedido consolidar ámbitos y capacidades institucionales que permitan la transmisión profesional y actualizada de las expresiones culturales y de difusión científica en los espacios que ella dispone, frente a un contexto cultural y científico extremadamente dinámico y complejo.
5. Lo anterior se acentúa por la falta de definición del proyecto cultural de la UAM en su conjunto, así como por la ausencia de continuidad de varias de las iniciativas que podrían esbozar líneas de ese proyecto cultural universitario.
6. La falta de ubicación, por la propia institución, respecto al lugar e importancia del quehacer académico cotidiano de la difusión cultural, y el consecuente reconocimiento institucional y presupuestal de la misma.
7. La dificultad de compatibilizar la intensidad de la dinámica trimestral.

Algunas pistas de propuesta

La recuperación y sobre todo la adecuación de las capacidades universitarias para la difusión cultural requieren cuando menos de:

- Internalizar la cultura como parte integral del quehacer académico cotidiano para coadyuvar al desarrollo de la comunidad universitaria y de las comunidades del entorno a las cuales se debe.
- Revalorar entre los alumnos, académicos, administrativos y autoridades las actividades de difusión del binomio ciencia-cultura, retomando el valor original asignado a esta difusión en la propuesta UAM y en lo mejor de la tradición universitaria mexicana, así como también en la intensidad de la dinámica trimestral, incorporándola como parte de las actividades modulares y de investigación de alumnos y profesores, desde los troncos comunes hasta las áreas terminales de las *carreras*. De lo contrario, la intensa dinámica trimestral se convierte en un obstáculo que no deja lugar a la difusión cultural.
- Identificar dentro de la comunidad universitaria a personas y colectivos que desarrollan iniciativas culturales consistentes, apoyándolos e integrándolos como parte constitutiva del proyecto de difusión cultural universitario.
- Conocer con mayor precisión el perfil de los estudiantes y *públicos* del entorno universitario. Los acelerados cambios sociourbanos y culturales así lo ameritan.
- Actualizar, consolidar e incrementar las capacidades del personal, las instalaciones, equipamientos y los equipos esenciales para la actividad.
- Apoyarse en las opciones de nuevas tecnologías que amplíen posibilidades y, en algunos casos, abaraten costos para potenciar las actividades de difusión, como es el caso de los *e-textos* y de la difusión por *e-mail*.
- Elaborar colectivamente un proyecto de difusión cultural de la UAM que establezca líneas estratégicas, presupuestos específicos y recursos compartidos entre las tres unidades y la Rectoría General. Un proyecto que privilegie la definición de líneas estratégicas y la distribución acordada de competencias, responsabilidades y recursos.
- Promover y apoyar decididamente las iniciativas de difusión surgidas de la comunidad universitaria.
- Aprovechar los espacios culturales de la universidad para que de manera *cotidiana* se dé un acercamiento al arte y la cultura por parte de personas no acostumbradas a otros tipos de recintos culturales impactantes (y por eso intimidantes) como los grandes teatros y centros culturales.

Bibliografía

- Comisión de Difusión Cultural, *Proyecto de Difusión Cultural*, Rectoría General, UAM, 1994.
- García Canclini, N. y Mabel Piccini, "Culturas en la Ciudad de México, símbolos colectivos y uso del espacio urbano", en *El consumo cultural en México*, CNCA, México, 1993.
- Navarro, Bernardo, *Programa de Gestión de Extensión Universitaria de la Unidad Xochimilco*, Mimeo, México, 1994.
- Navarro, Raúl, *El canal de las Estrellas y las Barras*, México, 1993.
- Salinas de Gortari, Carlos, *Sexto Informe de Gobierno*, Presidencia de la República, Estados Unidos Mexicanos, México, 1994.
- UAM, *Ley Orgánica y Políticas Generales de la Universidad Autónoma Metropolitana*, UAM, México, 1992.
- Vargas, Penélope, *El alcance socio-espacial de la Política Cultural del Gobierno de la Ciudad de México 1998-2000*, tesis de Maestría en Planeación y Políticas Metropolitanas, México, 2000.