

Apuntes sobre difusión cultural en la Universidad Autónoma Metropolitana

Felipe Gallardo Mora*

Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México.

*Jefe de la Sección de Actividades Culturales
en la UAM-Xochimilco.

Correo electrónico: fgmora@cueyatl.uam.mx

XV ANIVERSARIO

Resumen

La difusión de la cultura es una de las razones por las cuales existe la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), según se establece en su *Ley Orgánica*. Sin embargo, en la práctica, esta función es la menos apreciada. A tres décadas de existencia tenemos el pretexto para renovar y repensar este compromiso social ineludible. La posición de la Universidad Pública en general está en crisis y, actualmente, cuando cierta concepción predominante del Estado empieza a descartar algunas de las características que en tiempos anteriores se planteaban como definitorias del mismo, vivimos un ambiente radicalmente distinto al de 1974, cuando se concibió el proyecto de la UAM.

Precisamente la función de la preservación y la difusión de la cultura cobra, en momentos de crisis en la percepción de la Universidad Pública, un papel protagonista: es en ella donde nuestra casa de estudios puede encontrar su perfil característico e insustituible, su identidad y su valor específico frente al resto de las ofertas académicas de educación superior. La extensión universitaria puede recuperar la atención sobre nuestra importancia.

Palabras clave:

Difusión
Actualidad

Abstract

Dissemination is one of the *raisons d'être* of the *Universidad Autónoma Metropolitana* according to its Charter, but in practice, this is the least recognized of its functions. Now, after three decades of existence, we have the occasion to renew and rethink this inescapable social commitment. The position of the public university today is one of crisis. It must deal with the prevalent notion of the public university held by the government, as it begins to abandon some of the features which at one time were considered defining factors of universities. Today we live in an environment radically different from that of 1974 when the UAM was conceived.

It is precisely the role of preserving and disseminating culture that takes on increased importance in such times as these when the view of the public university is in crisis. The public university must find its unique, irreplaceable identity and build up the specific value which sets it apart from other institutions of higher education. University extension can restore the focus on the significance of our role.

Keywords:

Dissemination
Current affairs



Fotografía: Carmen Toledo

En su *Ley Orgánica*, la UAM establece como una de sus tres principales funciones la preservación y difusión de la cultura. Esta labor es, pues, una de las razones por las cuales se justifica la propia existencia de nuestra casa de estudios.

Para considerar lo que en este trabajo se entiende por *difusión cultural y extensión universitaria* apelo a la siguiente definición: *toda labor expansiva y social que la universidad realiza fuera de sus programas docentes regulares y fuera de su ámbito académico —o dentro de éste, pero no para un público exclusivamente universitario*.¹

La difusión cultural y la extensión universitaria, como el resto de las tareas de la Universidad Autónoma Metropolitana, se enfrenta al particular desafío de la modernización constante, característica de la cotidianidad contemporánea. En este ensayo intento generar una propuesta general sobre difusión cultural, enlistada en 10 puntos, que es posible llevar a cabo en el marco del compromiso de la universidad con una sociedad mexicana actual que ha cambiado de manera importante su percepción acerca de la relevancia de la educación pública superior en el cambiante mundo de hoy. Plantearé una serie de observaciones con las que pretendo señalar algunas necesidades que pueden servir de terreno común para discusiones posteriores, donde pueda darse la participación responsable de la comunidad universitaria en su integridad.

El señalamiento sobre la carencia de recursos financieros en el contexto de la difusión cultural universitaria es señalar una verdad de Perogrullo, que se comparte con el resto de las responsabilidades de la Universidad Pública mexicana en nuestros días. En la experiencia diaria del trabajo cultural, se puede constatar que aunque el déficit económico representa un obstáculo arraigado en la historia del sector educativo, la difusión y la preservación de la cultura son tareas posibles, aunque es necesario apuntar que los alcances de las mismas son insuficientes. En este sentido, vale mencionar que el

saludable estado de la cultura mexicana por un lado, y el fomento de la creatividad en las áreas responsables de la tarea cultural han resultado ser los pilares del trabajo para enfrentar las dificultades características de este ámbito.

Panorama actual

En el escenario de nuestros días, en donde el flujo informativo acontece a un ritmo en incremento constante y cuyo carácter masivo es inevitable, la misión de la Universidad Autónoma Metropolitana de preservar y difundir la cultura no puede prescindir de las nuevas tecnologías y de los recursos humanos necesarios para hacer llegar a la comunidad universitaria, y a la población metropolitana en general, los productos específicos de su oferta cultural. Actualmente, los contenidos culturales generados en el contexto nacional se encuentran cubiertos por la influencia avasallante de los medios de comunicación y su formato audiovisual reinante, cada vez más ágil, multicultural y perecedero.

En este sentido, es menester de las áreas universitarias consagradas a esta función el empleo de un porcentaje significativo de sus recursos para implementar mecanismos de difusión cultural que puedan servir de contrapeso informativo —y formativo— a la influencia mediática a la que actualmente se encuentran sometidos —casi dictatorialmente— los sectores sociales para cuya atención fue diseñada nuestra institución. Por ello, la política cultural de la UAM está enfrentada a la necesidad de construirse cada día a partir de esquemas y valores independientes de la oferta que ofrece el *mercado de la cultura* externo, que tiene al lucro como fin único y absoluto. Desde el punto de vista de los valores que dieron origen a la Universidad Autónoma Metropolitana, sería contrario a su naturaleza ceder totalmente los programas de difusión cultural al criterio de ese mercado abierto y despiadado. Sin embargo, también es cierto que el anquilosamiento común en proyectos educativos diseñados a largo plazo no es una opción justa para la política cultural de nuestra institución.

En la cultura contemporánea es posible identificar dos extremos que, como tales, contienen en sí propuestas radicales que en la práctica conllevan a inmaduras políticas de alienación: por un lado, la corriente de la homogeneización globalizadora, que atropella y desdeña las particularidades típicas de

¹ Extraída del documento *Proyecto de Difusión Cultural que presenta la Comisión de Difusión Cultural* en agosto de 1994 a la Rectoría General de nuestra universidad, y editado por la misma instancia en mayo de 1996. Aunque este proyecto cuenta con algunos datos caducos a la fecha, fue motivado por causas que se diagnostican vigentes en nuestros días.

contextos culturales específicos y, por otro lado, la no menos coercitiva postura chovinista que, como reacción a la primera, sostiene un punto de vista reduccionista e incommunicante, que mantiene criterios redundantes y mitificadores respecto a sus concepciones de la cultura nacional.² Ante tal escenario, es menester generar una perspectiva sensata que no pase por alto la condición multicultural de nuestro tiempo, y que al mismo tiempo contemple el insustituible legado cultural del que somos privilegiados herederos y responsables. Tales factores son los determinantes principales de la necesidad de refrescar la tarea de la preservación y difusión cultural de nuestra universidad.

La UAM y la población metropolitana

El valor de una institución puede reconocerse a partir de la consideración del proyecto que le dio origen y su relación con los objetivos alcanzados. En el caso de la Universidad Autónoma Metropolitana es necesario tener presente el sector de la población para el cual fue necesaria su gestación —la sociedad metropolitana de la Ciudad de México— y cuál ha sido el impacto en ella, en dónde reside la aportación social de nuestra casa de estudios y cuáles son las áreas que requieren un fortalecimiento a corto plazo.

A casi treinta años de su fundación no existe institución de educación superior, como la Universidad Autónoma Metropolitana, que haya sido diseñada *ex profeso* para atender la demanda cultural y educativa particulares de la zona metropolitana, y que se haya constituido por méritos propios como una alternativa de educación superior autónoma.

² En el ensayo "Aprendiendo el pluralismo cultural: ¿puede ayudar la *sociedad de la información*?" De Cees J. Hamelink, publicado en la compilación *Comunicación y globalidad. Ensayos de ecología cultural* (eds. Fundación Buendía-UNESCO-UDLAP, 1998), el autor identifica y define estas dos fuerzas con las expresiones *globalización: la lógica del mercado capitalista, el imperativo de hacer de todas las personas consumidores y la promoción de los principios del mercado como elementos esenciales de todas las relaciones sociales* (p. 60) y, por otro lado, el *tribalismo*: que es la reacción a la primera fuerza y que se caracteriza por el *rechazo de los valores de la modernidad [y la promoción] de la primacía de los valores de la pertenencia colectiva, la identidad racial y étnica, el chovinismo, así como los renacimientos religiosos y moralistas* (p. 61).

Sin embargo, es evidente la necesidad de desarrollar mecanismos que consoliden el reconocimiento de esta misión por parte de los sectores sociales que constituyen el sector de la población metropolitana a la cual atendemos. Para tal fin mencionaré algunas observaciones de paso.

Al interior de la universidad el escenario actual de la docencia y la investigación no es el mismo que el de hace tres décadas. Por un lado, el desarrollo incesante de los contenidos educativos ha provocado un proceso de especialización que en muchas ocasiones desligan el quehacer académico de su carácter divulgador. Los grupos de investigación científica, por ejemplo, están sometidos a un proceso inversamente proporcional a su capacidad de impacto directo al sector social al que se deben. En la mayoría de los casos, podríamos acuñar una frase: *lo que se gana en especialización se pierde en capacidad de divulgación*. Ante este fenómeno, natural en cualquier disciplina educativa de nuestros días, surge la necesidad de articular dispositivos de extensión universitaria que solventen la funcionalidad social de los productos generados en el seno de la docencia y la investigación universitarias. En este aspecto, la tarea de la acción cultural es prioritaria.³

Por otro lado, los criterios de productividad académica, necesarios para normar la racionalización de los recursos universitarios, han conllevado una serie de prácticas que pueden poner en riesgo el carácter social de la generación y la divulgación del conocimiento. Una de las preocupaciones constantes en la comunidad académica de nuestra universidad, que no existía en el momento de su

³ Respecto a este punto, es digno de consideración el concepto de *acción cultural* acuñado por Néstor García Canclini y Patricia Safa en la Introducción del libro *Animación cultural. Educación y cultura. Estudios y Antología de textos* (SEP, 1988). La sustitución del concepto *difusión cultural* por el de *acción cultural* se basa en la observación de que: *La cultura no preexiste como un conjunto de bienes a los que meramente se trata de adherir; su vitalidad reside más bien en el desarrollo de la creatividad o el pensamiento, la sensibilidad y la imaginación de los pueblos en su vida cotidiana. (...) Por eso, en vez de difusión preferimos hablar de acción cultural. Las consecuencias son evidentes; se tratará de promover más la actividad y la creatividad de la gente que su relación pasiva con espectáculos, nos preocuparemos menos por acumular bienes para consumir que por suscitar una comprensión cada vez más rica de la realidad para estar en mejores condiciones para transformarla* (*Ibid.*, p. 16).

fundación, es la discriminación de contenidos epistémicos que podrían ser no redituables en función de los criterios de productividad académica vigentes en un momento determinado. En este sentido, los productos universitarios eminentemente de valor cultural pueden no ser valorados del mismo modo en que sí lo son los trabajos generados a partir de la consideración del criterio en boga sostenido por alguna comisión dictaminadora concentrada en las funciones de la docencia y la investigación (las dos misiones que junto con la preservación y la difusión de la cultura le dan sentido a la vida de la universidad según su *Ley Orgánica*). De esta consideración se desprende el interés en generar un comité dictaminador que le otorgue a la preservación y la difusión de la cultura el estatus que, *de jure*, ya se encuentra establecido en nuestra casa de estudios desde su fundación.

Es necesario tener en cuenta que las tres funciones principales de la universidad son complementarias entre sí. La preservación y la difusión de la cultura tiene un peso específico insustituible por alguna de las otras dos funciones fundamentales de nuestra casa de estudios. Es a través de los programas de difusión cultural como la *identidad* específica del trabajo de la UAM se conforma, puede solidificarse y tiene que fortalecerse. La aportación social, la presencia e, incluso, la imagen de la universidad no pueden ser reconocidas sin el fortalecimiento efectivo de la labor de la extensión universitaria. Esta área es crucial en el momento de enfrentar la comparación de la importancia de la UAM en el marco de las instituciones de educación superior del país. Así, en la medida en que sea fortalecida la labor de la extensión universitaria se ampliará la percepción del peso específico de nuestra institución.

En este año 2004, la UAM cumplirá tres décadas de existencia. El marco del aniversario puede servir de pretexto para refrendar los compromisos que le dieron origen. Hoy, la situación general del proyecto de la Universidad Pública en nuestro país es crítica y, en una buena medida, radicalmente distinta de la que se presentaba en 1974. El incremento de la oferta educativa de las instituciones de educación superior del sector privado, aunado al arraigo de las carencias presupuestarias que enfrenta el sector público educativo, se han conformado como un desafío im-

posible de omitir a la hora del diseño de las políticas educativas contemporáneas.

El carácter privilegiado de la UAM, en el sentido de ser la casa de estudios dirigida específicamente para la atención y el desarrollo de la población estudiantil del centro urbano más importante del país y de Latinoamérica, no ha sido aprovechado de forma satisfactoria. En cuanto a la difusión cultural, la UAM tiene más tareas a desarrollar que las que ha alcanzado (aunque es justo observar que tres décadas no son una muestra suficiente para juzgar el valor de nuestra joven institución). Los factores señalados —especialización del conocimiento y la medición puntual de la productividad educativa— han ido en la práctica en el sentido contrario al compromiso de informar y expandir los logros académicos alcanzados en el seno de nuestra universidad hacia la sociedad.

Prioridades

A partir de la observación de los puntos descritos es justo reparar en la conformación de una propuesta, que en el plano de la difusión cultural goce de un carácter amplio e incluyente. En cuanto a los apartados a considerar propongo el siguiente listado de prioridades cuyo tratamiento resulta, para quien esto escribe, de carácter urgente en el trabajo de recuperación del capital educativo que caracterizó en sus inicios a nuestra universidad, y que podemos actualizar y renovar a tres décadas de su nacimiento.

1. Fomentar la concientización de la educación artística como parte constitutiva de la formación de los alumnos y trabajadores universitarios.



Fotografía: José Ventura

2. Contemplar la posibilidad de constituir (discutir) un programa de estímulos al trabajo universitario que contemple, por un lado, la labor de los promotores e instructores culturales y, por el otro, la labor de difusión cultural que tengan a realizar los miembros de la comunidad universitaria que se desempeñen en áreas distintas de la extensión universitaria.
3. Construir una infraestructura adecuada para el trabajo eficaz de la promoción y la difusión de la cultura (áreas físicas e implementos virtuales consagrados exclusivamente para esta función).
4. Fortalecer la red informativa de nuestra casa de estudios. Constituir grupos académicos rotativos de divulgación científica que colaboren de manera estrecha con las secciones de Actividades Culturales y de Información y Difusión.
5. Rescatar y promover el carácter independiente de la programación cultural que nos permite la autonomía definitoria de nuestra universidad.
6. Posicionar nuestra casa de estudios en el lugar que se merece: la universidad de la zona metropolitana, de manera que no sea justificada la apertura de nuevas instituciones públicas de educación superior, que sólo incrementan el déficit presupuestario arraigado en el sector público educativo.
7. Reactivar la presencia de las prácticas de divulgación del conocimiento en los programas de estudio ofrecidos por la UAM. En la medida en que a los alumnos se les enseñe el valor de la obligación de la claridad y la coherencia en la presentación de sus proyectos de investigación, será fortalecida la actitud necesaria para que la preservación y la difusión de la cultura sea una realidad cotidiana entre nuestra comunidad, y una costumbre que llegue a caracterizar la identidad de nuestros proyectos y egresados.
8. Recuperar y revalorar la capacidad de convocatoria y organización de eventos masivos que sirvan para fortalecer la presencia de la identidad de la UAM en la Ciudad de México y la zona metropolitana.
9. Demandar, tanto al Gobierno Federal como a instancias de carácter privado, la constitución de medios de comunicación electrónicos propios de la Universidad Autónoma Metropolitana. El apoyo que para tal fin pudiera recibirse de parte de la comunidad universitaria representaría contar con recursos humanos capacitados y comprometidos con la causa de actualizar la labor de la UAM a través del empleo de los medios predominantes

en nuestros días. No es insensata la idea de que la universidad contemple la posibilidad de contar con un canal televisivo y una estación radial con la capacidad de tener entre sus filas personal profesional capacitado en nuestra propia institución, que genere contenidos de calidad y con el nivel competitivo necesario para que, a mediano plazo, puedan conformarse como proyectos financieramente autosuficientes.

10. Recuperar y proponer concursos de orden artístico que estimulen la participación creativa de la comunidad universitaria, al mismo tiempo que le brinden mayor presencia a la labor de difusión cultural de la Universidad Autónoma Metropolitana en contextos extra universitarios.

Observaciones generales

Los planteamientos expuestos en el apartado anterior no intentan establecer la última palabra en cuanto al problema de la difusión cultural; pretenden ser observaciones claras y generales que conformen entre sí un terreno común para futuras discusiones sobre el tema.

Omití a propósito el señalamiento de los factores que típicamente obstaculizan la labor de la difusión cultural (problemas de índole laboral y económico que representan el gran lastre para el desarrollo de nuestra universidad). El objetivo de este trabajo es señalar hacia aquellos puntos de solución a donde bien podrían ser dirigidos los esfuerzos de los sectores universitarios verdaderamente comprometidos con el objetivo de hacer de nuestra casa de estudios una institución protagonista en la vida nacional, una universidad de primer nivel que considere y revalore la aportación cultural que puede proporcionarle a la sociedad como una prioridad y no como un lujo.

La inversión en la cultura, en el proyecto de una universidad que se pretenda vanguardista, puede ser un asunto caro en el corto plazo; pero más caro puede resultar el hecho de no invertir en la constitución de una infraestructura adecuada para la difusión cultural, en términos de largo plazo. De nosotros depende en qué sentido invertiremos nuestro esfuerzo.