

Consumo versus participación

El documento titulado “La cultura ilumina el Chile del bicentenario. Definiciones de Política cultural 2005-2010”, del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, logra recoger, sin lugar a dudas, las falencias más relevantes en nuestro medio y tiene la virtud de proyectarse al futuro.

Gracias al bicentenario ha sido posible poner metas. Las metas son ambiciosas y complejas, implican cambios estructurales, no sólo de forma sino sobre todo de contenido. El documento presenta de manera bastante detallada las expectativas creadas a partir de los cambios introducidos en los últimos años, poniendo énfasis en el desarrollo de las industrias y sus mercados. Dentro de esa línea creo que la infraestructura cultural es fundamental, sea ésta pública, privada o mixta. Sin embargo, el modelo mixto me parece el más indicado para el momento actual de nuestra sociedad. Cuando se habla de nuevas carreteras, del mejoramiento del transporte urbano, de la gran cobertura alcanzada por el Metro de Santiago, de la reducción de la jornada laboral, y de tantos otros avances, que serían largos de enumerar, olvidamos mirar desde dónde se generan estas mejoras. No sólo tienen que ver con negocios, empleos y otros elementos socio-económicos, si no con el desarrollo en el sentido más amplio, y esto es también responsabilidad del Estado.

Entre las prioridades del Estado está mantener y mejorar la calidad de vida, que históricamente tiene una relación con lo social, como es el derecho a una vivienda digna, una atención oportuna en salud y la educación. Siendo lo anterior básico para un individuo, no menos importante es el tiempo libre, el tiempo para el ocio. Aquí es donde comienza la gestión, y el trabajo de la “cultura”, ¿qué se hace con ese tiempo de recreo?, ¿qué es lo que nos interesa como sociedad, seguir recluyéndonos en nuestras casas, salir a grandes centros de consumo para adquirir cada vez más bienes, o ir a la búsqueda de puntos de encuentros, para compartir y crear una identidad cultural propia? Todos estos avances tienen que ir en beneficio del reencuentro ciudadano. Es por esta razón que las políticas culturales tienen distintas variantes, desde lo nacional, a lo local, pasando por lo institucional. Es por ello también, que ninguna política cultural puede entenderse sino ligada a un territorio.

Por otro lado y tal como lo sostiene el experto mexicano Néstor García Canclini, la política cultural es concebida como un conjunto de acciones que realizan diversos agentes para orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso o disenso sobre un tipo de orden social. Por lo tanto, ninguna

política cultural puede ser formulada por un solo agente, sea éste el mercado, el Estado o la comunidad autogestionada. Es por ello, que creo necesaria la puesta en práctica de elementos a largo plazo con respecto a la creación de nuevas audiencias, no sólo como consumidores culturales sino también como participantes activos del desarrollo sustentable de nuestras identidades culturales.

En todos los textos siempre se habla de consumo cultural, ¿por qué no hablar de participantes? Este cambio se relaciona no sólo con el carácter peyorativo que tiene la palabra consumo como sinónimo de adquisición de bienes, sino además con los alcances de la participación cultural. Uno no sólo compra un boleto de cine, teatro o danza y se sienta a recibir el espectáculo por el que pagó. Uno espera algo más, y ello está íntimamente ligado al contenido y la forma de lo presentado. Un espectador espera que se gatille en él algo que lo haga descubrir un nuevo mundo o la representación del mundo cotidiano pero con ojos distintos. Ese es un primer nivel de participación. También podemos hablar de participación por el hecho de compartir un espacio físico con otras personas. La opción por ver un espectáculo en un mismo recinto, a la misma hora, entre una diversidad de posibilidades para usar su tiempo libre es lo que define la participación específica. Los compañeros de butacas están por razones similares, o sea, un grupo de gente se junta frente a una misma manifestación, por que tienen intereses en común. En un tercer nivel aparece el diálogo que se produce inevitablemente a la salida de los espectáculos en vivo, de cine o de artes visuales relacionado con el compartir las experiencias recogidas. Ese comentario trasciende y se proyecta en el entorno inmediato del espectador, es el llamado boca a boca, que motivará la participación de otros.

Por lo tanto, la participación cultural es lo que nos mueve y no el consumo. Dejemos el consumo a los malls y la participación a los espacios culturales.