

Prácticas culturales *en México*

Julio Castillo López



México es un país con una diversidad cultural muy amplia en el que se llevan a cabo expresiones de todas las naturalezas posibles, los consumos culturales son bastos y muchas actividades culturales llegan a ser muy rentables. El problema es que la mayoría de las actividades culturales no lo son y la falta de mecanismos para hacerlas productivas ha llevado a la necesidad de subsidiarlas poniendo en evidencia que la oferta cultural es mayor que su demanda.

La asistencia o interés por actividades culturales es poca y muy centralizada en nuestro país, la población no considera una opción asistir a eventos culturales más allá del cine y de algún concierto. El consumo cultural se ha vuelto un gran negocio para algunos que han logrado conquistar el mercado pero han dejado fuera a muchos grandes artistas que

no tienen acceso a los medios de promoción masivos y en algunos casos a la calidad internacional que requiere.

La competitividad en las grandes industrias culturales es un tema muy delicado ya que va de la mano con la tecnología de punta; el cine, los discos, los canales de TV y muchas otras cosas necesitan de constante modernización para mantenerse en el mercado y las industrias con mayor competencia mundial son las más desarrolladas en nuestro país y, por lo tanto, las más rentables.

Medir los ingresos totales de las industrias culturales es muy complejo ya que traen consigo un *mercado de sombra* bastante grande. La piratería de música, películas y videojuegos sobrepasa el mercado real (original) en ganancias y en canales de distribución. Es increíble notar que

muchos municipios no hay tiendas de discos, de películas o lugares de renta, pero sí mercados ambulantes donde se pueden conseguir. Aun así se estima que solamente las industrias protegidas por derechos de autor generan alrededor de 7% del PIB, sólo por debajo de la industria petrolera y las remesas.

El patrimonio cultural de nuestro país se puede dividir en dos grandes vertientes;

- Patrimonio tangible; que abarca zonas arqueológicas, museos, etcétera.
- Patrimonio intangible; es todo lo relativo a derechos de autor; literatura, música, etcétera.

Patrimonio tangible

México cuenta con cientos de zonas arqueológicas distribuidas en todo el territorio, 23 lugares declarados patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO,

casas de cultura, museos y una basta red de bibliotecas coordinada por Conaculta y los estados.

- 68.6% de la población ha asistido a alguna biblioteca pero sólo el 28% lo hace con cierta regularidad y la mayor parte es por motivos de estudios.

- 62% de los mexicanos han asistido alguna vez a un museo pero sólo 13% lo hace con cierta regularidad (anual). Los que más asisten son los estudiantes universitarios y las dos principales razones para asistir son esparcimiento y tareas escolares.

- 51% de la población nunca ha asistido a algún sitio arqueológico y 15% lo hace por año. Las principales razones para ir es entretenimiento y llevar a alguien a conocer.

Para terminar con el patrimonio tangible se encuentran las casas de cultura, que 66% de los mexicanos no conoce y sólo 6% de la población frecuenta. En esta clase de sitios se suelen impartir talleres y cursos pero sólo una tercera parte de los asistentes llegan a tomar alguna clase.

En realidad, el patrimonio tangible de nuestro país está mal explotado, cuesta mucho mantenerlo y no tiene la difusión necesaria. La mayor parte de la gente que ha asistido a una biblioteca, museo, casa de cultura o sitio arqueológico tiene una buena opinión del servicio y de las instalaciones y, a pesar de que funcionan a la perfección, no se han logrado llevar a cabo programas para generar interés.

Patrimonio intangible

Los derechos de autor y su

administración derivan una buena cantidad de actividades económicas; la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) considera las siguientes industrias base;

1. Prensa y literatura
 - a. Autores, escritores, traductores
 - b. Periódicos
 - c. Agencias de noticias y similares
 - d. Revistas
 - e. Libros
 - f. Tarjetas y mapas
 - g. Directorios y otros materiales
 - h. Impresión de libros, revistas, periódicos y publicidad
 - i. Venta al mayoreo y menudeo
2. Música, producciones de teatro, óperas
 - a. Compositores, arreglistas, coreógrafos, directores, artistas y personal
 - b. Impresión y publicación de música
 - c. Producción y manufactura de música grabada
 - d. Venta y alquiler de música grabada
 - e. Creación de obras artísticas y literarias
 - f. Interpretación de obras artísticas y literarias
 - g. Funcionamiento de agencias de reservación de boletos
 - h. Servicios conexos
3. Películas y video
 - a. Escritores, directores, actores, autores y compositores
 - b. Producción y distribución de películas y video
 - c. Exhibición de películas
 - d. Ventas y rentas de video
 - e. Servicios conexos
4. Radio y Televisión
 - a. Compañías de difusión nacional de radio y televisión
 - b. Otras compañías de difusión
 - c. Productores independientes
 - d. Televisión por cable (sistemas y canales)

- e. Televisión vía satélite
5. Fotografía
 - a. Estudios y fotografía comercial
 - b. Agencias de fotografía
 6. Artes gráficas y visuales
 - a. Artistas
 - b. Galerías de arte
 - c. Enmarcado de cuadros
 - d. Diseño gráfico
 7. Servicios de publicidad
 - a. Agencias
 8. Sociedades de Gestión Colectiva

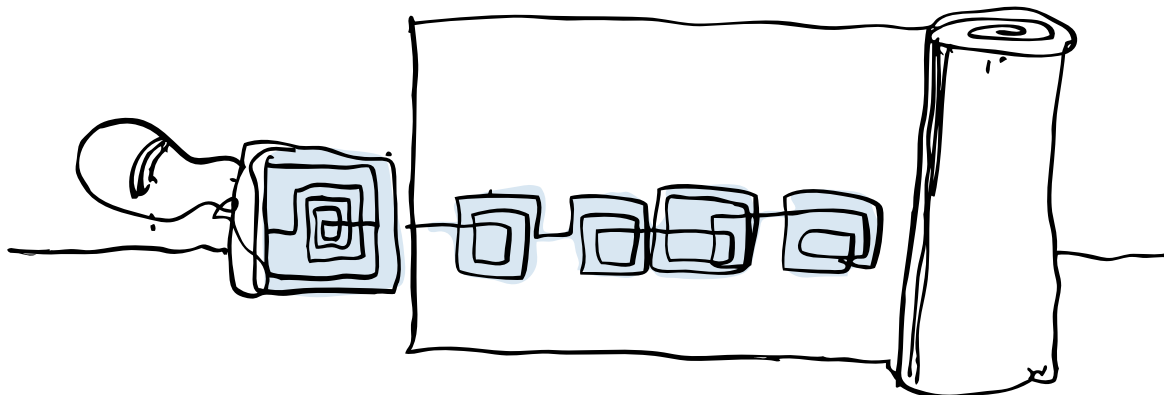
Es increíble pensar que todas las industrias pasadas viven de los derechos de autor, es algo realmente rentable, además derivan en muchas otras industrias como la de los aparatos reproductores de música, películas o televisores.

Cine

En nuestro país ocho de cada diez personas han asistido al cine y 35% de la población asiste cuando menos una vez al mes. La asistencia, al igual que la oferta de cines, llega se acentúa en el Distrito Federal y en Monterrey, donde 60% de la población asiste al cine una vez al mes. 31% de las personas que van al cine prefieren ver películas mexicanas y 17% asiste con frecuencia a ver cine de arte. El mercado para películas mexicanas es prácticamente la mitad del que prefiere películas estadounidenses pero también la oferta es muy distinta.

Teatro

Seis de cada diez mexicanos nunca han asistido al teatro y sólo 9.5% de la población ha asistido al teatro en el último año. En Monterrey se ha registrado la mayor asistencia al teatro y el gusto por ésta expresión cultural crece con el nivel de estudios de la población.



Conciertos y música grabada

52% de los mexicanos ha asistido a algún concierto y 32% lo hace al menos una vez al año. En este rubro, al igual que en el cine, es muy notoria la diferencia entre el perfil de asistentes y tipos de conciertos. El tipo de música y el artista o grupo son los principales atractivos de esta clase de eventos.

Ocho de cada diez mexicanos consume música grabada y más de 60% lo hace en discos compactos. 70.3% reconoce adquirir sus discos en mercados ambulantes.

Libros y lectura

37% de la población nunca ha entrado a una librería y 66% ni siquiera ha oído hablar de las salas de lectura. 55% no compra ningún libro al año. 16% de la población lee el periódico diario y 28% nunca lo ha leído. La lectura no es un hábito muy socorrido en nuestro país.

Radio

87% de la población escucha el radio. 35% lo escucha al menos dos horas al día. Casi 60% de los radioescuchas sintonizan música y 15.2% de la población escucha alguna estación cultural.

Televisión

95.5% de los mexicanos ven televisión y 48% lo hace al menos dos horas diario. Los noticieros y las telenovelas son la programación más vista y 24.9% de la población ve televisión cultural.

El patrimonio intangible produce una gran cantidad de recursos y el consumo de productos culturales en nuestro país es altísimo. Decir que 60% de los habitantes del Distrito Federal asiste una vez al cine al mes lo convierte en un mercado de alrededor de cinco millones de entradas mensuales sólo en el DF, la televisión llega al 95% de la población y la música grabada ya es un común pero todavía

nos falta democratizar el acceso a los medios, que los artistas locales tengan las mismas oportunidades y que el mercado le dé cabida a más y mejores opciones. **B**

Fuentes

- *¿Cuánto vale la cultura?* Ernesto Piedras Caniem, Conaculta, SACM y Sogem, 2004.
- *Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales*, Conaculta, 2004.
- *Industrias Culturales y Desarrollo Sustentable*, Cumbre Guadalajara, 2004.
- Diagnóstico sobre la situación de los derechos humanos en México; derechos culturales, ONU, 2003.