

2° Encuentro Nacional de Gestión Cultural

*Diversidad, tradición e innovación
en la gestión cultural*

Tlaquepaque, Jalisco. Octubre 14 al 17, 2015

HABLAR DE UN MÉXICO EN EL QUE NADIE CREE. La experiencia de Mexicanísimo.

Luis Jorge Arnau Ávila



- Desde 2007, creamos una revista dedicada a resaltar lo que hacemos bien en México, dedicada en su totalidad en destacar los logros de las personas, por encima de los dolores sociales, buscando desarrollar, si no un antídoto contra las penas, sí un apoyo para aquellos que han dedicado su vida a ser creativos, a desarrollar sus capacidades, a trabajar en organizaciones sociales de muchos tipos, para que estas y estos puedan acercarse a la sociedad y mostrar el otro México, el que sigue creyendo que tenemos un proyecto viable de nación.
- No somos la primera, no seremos la última ni somos la única dedicada a este propósito. Nunca hemos considerado a quienes se dedican a una función similar como “competidores” ya que en este proceso no existe una sola voz ni existe una única capacidad totalizadora para mostrar los logros de un país de 120 millones de habitantes.
- A través de 90 ediciones mensuales, hemos enfrentado los dolores tradicionales de este tipo de medios, dolores con los que no quiero aburrirlos. No es este el foro para lamentar nuestra suerte (esos foros no deberían existir), sino un foro donde podemos compartir las experiencias que nos han permitido sobrevivir sin necesidad de corromper el objetivo inicial de Mexicanísimo, que era dar visibilidad a una sociedad para la que, generalmente, las puertas de los medios están parcialmente cerradas.
- Hemos encontrado una actitud mesquina hacia los éxitos sociales, para empezar, porque nadie cree en ellos. Generalmente a quien triunfa, al exitoso, tenemos que encontrarle algún pero, algún prieto en el arroz, algún motivo para desprestigiar el camino andado. Esto no es solo un problema de nuestro gobierno, sino una lacra histórica que no me corresponde averiguar de cuándo viene pero que intuyo muy lejana y muy integrada a nuestro comportamiento.

- Hoy, una inmensa mayoría de medios de comunicación de todo tipo, conceden espacio hacia los logros como si se tratara de una simpática concesión, un ejercicio de buena fe, y remarcan que se trata de “cosas buenas” como si fuera la estrella que le ponen en la frente a un niño en la escuela: algo tierno, inútil pero aplaudible, para pasar el rato. Cuando bien nos va, esas notas aparecen en la página 23 de los diarios, debajo del Sudoku, o se transmiten en 18 segundos antes de ir a los comerciales. Es casi imposible que llenen las 8 columnas, que tengan espacio AAA o que nos detengan al análisis, ya que al parecer lo bueno no vende y, por lo tanto, lo bueno no importa.
- Pero si todo fuera llorar, no estaríamos en esta reunión, buscando compartir experiencias para acercar las expresiones culturales, para hacer más fuerte la gestión cultural, para encontrar caminos que coincidan. Si estuviéramos convencidos de que las expresiones culturales relacionadas con el arte, las tradiciones, las relaciones sociales y el ejercicio de vivir ligados a la belleza no valieran la pena, estaríamos hablando en estas sesiones del tipo de cambio, de las inversiones, de la violencia, de un túnel que nos puso en evidencia, de la “casa blanca”, de las elecciones que se repiten con cíclico sadismo y todas esas cosas amargas que son las que, al parecer valen la pena. No hay nada mejor, según dicen, que vivir llorando, o vivir generando dinero para, con esos billetes, secarnos las lágrimas.
- Por otro lado, consideramos que la sociedad está vacunada contra ciertas buenas noticias porque los gobernantes se han apropiado de ellas. Con abrumadora precisión se adueñan de deportistas exitosos, de eventos culturales, de desarrollos científicos, de mexicanos exitosos en el extranjero, y los suben como comparsa al camión promocional de cada gobierno, desde el municipal hasta el federal. En este país no pasa nada sin que haya sido concebido desde Los Pinos, desde Casa Jalisco o desde el Palacio Municipal de Tingüindín. Valga la pena recordar al pobre astronauta de origen mexicano que lo volvieron adorno de desfile, a los ganadores de competencias atléticas que aparecen en las entregas de

despensas de Conasupo, a los escritores que llevan casi por la fuerza a los informes de gobierno o a los grandes grupos de ballet que tienen que aparecer en cada bienvenida a algún político y a quienes les piden que limiten el baile a tres minutos y medio porque el Señor Presidente de Uzquinkunkán tiene que seguir la gira y no entiende nada de folclore.

- En una ocasión, hace unos años, como requisito para apoyar en el desarrollo de un número promoviendo su riqueza cultural, un brillante encargado de la comunicación de un estado cercano a Jalisco exigía que en la portada apareciera, con bigote y todo, con canas y todo, con arrugas y todo, el Señor Gobernador (palabras en las que el funcionario dedicaba especial énfasis). Valga decir que no podíamos aceptar la propuesta y por lo tanto, el apoyo fue retirado. Al parecer, si Dios no aparece en la portada, la Creación no cuenta.
- Las buenas noticias, por lo tanto, se han vuelto malas noticias, porque la gente en la calle las mira de manera sospechosa, temiendo que, a cambio, le pidan un voto o le suban los impuestos.
- Los medios de comunicación destacados son, fundamentalmente, un negocio, y como tal se miden. Basados en lo anterior es comprensible que, por dar una sencilla medida, los diarios del grupo El Norte, de Monterrey; que incluyen al Reforma, de la Ciudad de México; Mural, de Guadalajara y otros más, dediquen en promedio 16 páginas a noticias nacionales, 4 a internacionales, 4 a noticias locales, 48 a sociales, 16 a deportes, 8 a Avisos de Ocasión, 10 a negocios y apenas 2 a lo que ellos denominan “Cultura”. No los culpo porque, es evidente, por ahí está el dinero.
- Un noticiero en televisión no es muy diferente y de cada 38 minutos efectivos dedica 2 a eventos culturales. A veces esto puede crecer, si el artista en cuestión falleció. Ahí sí, y sólo entonces, aparecerán todos, con cara de pujido, celebrando a un artista del que apenas saben lo que aparece en wikipedia o en la revista Caras.
- Pero no vengo de amargoso. Estoy aquí porque creo que existen caminos transitables para quienes promueven eventos artísticos, para quienes

buscan compartir nuestra riqueza, para los que están convencidos que el mundo puede conformarse a partir de la belleza y no de la podredumbre, para los que buscamos disfrutar más tiempo alrededor de la cocina, creando sabor, que del excusado, arrojando excrementos.

- Estamos aquí porque tenemos una buena noticia, al menos para nosotros: hemos sobrevivido. Jalando, tropezando, equivocándonos, pero hasta la fecha sin perder de vista que se puede balancear la vida para destacar lo que nos une sin necesidad de negar lo evidente, lo que duele; sin embargo para los dolores, para la nota roja, existen muchísimos medios. Nosotros elegimos un camino distinto.
- Por otro lado, tenemos que reconocer que algunos gestores culturales dificultamos el proceso de comunicación porque, al sentirnos igualmente iluminados como el Señor Gobernador, consideramos que es una responsabilidad total del gobierno el apoyo incondicional, irrestricto y total, a cualquier evento que se organice. Tal vez, en algún planeta cercano, eso sea posible. Me temo que no es el caso en México. Aclaro que digo esto sin filosofía partidista de ningún tipo y que respeto la opinión de quienes piensan que existe una partida presupuestal posible para solventar cualquier proyecto, por disparatado que parezca. Pero me temo que no es así y que proyectos como presentar similitudes entre las caries de los aborígenes de Australia y los pintores surrealistas de Tampico tienen pocas posibilidades de supervivencia.
- Desde nuestra experiencia, y entiendo que habrá mucha discrepancia con esto, un gobierno es incapaz de apoyar todas las expresiones, todas las alternativas artísticas y sociales y todos los proyectos de gestión cultural. Insisto, tal vez debiera, pero basarnos en eso nos va a llevar con mucha frecuencia a un callejón sin salida.
- También, en mi opinión, tenemos que reconocer que hemos creado una barrera para el crecimiento de algunos proyectos al considerar que la cultura y sus expresiones deben ser gratuitas. En mi opinión, la gratuidad es inalcanzable y utópica. Podemos exigir apoyos haciendo una marcha o

dos, tomando una carterera o cien, promoviendo huelgas de hambre (algunos la necesitamos) pero un país con tantas carencias y tantos latrocinios es incapaz de responder a todos los que estiramos la mano.

- En muchos momentos hemos encontrado grandes proyectos que están esperando un presupuesto que nunca llega, como el coronel de García Márquez que no tenía quien le escribiera. Esperar lamentando es un deporte nacional, cómodo, fácil y justificante. Nos hace falta adecuar esa frase que la Revolución le endosó a Zapata –su paternidad es cuestionada-, para decir que “el presupuesto es de quien lo trabaja”. Un país con tantas carencias requiere de los gestores culturales inteligencia y esfuerzos similares en la creación de sus proyectos y en la generación de recursos. Hoy se necesita no solamente de una mercadotecnia cultural, sino de una organización financiera que la soporte.
- En muchas ocasiones hemos descubierto proyectos valiosos pésimamente promovidos, con fallas estructurales inaceptables y con análisis muy pobre sobre su costo, su implementación y su viabilidad. Los gestores culturales vivimos añorando al gran patrocinador que pague y calle, que pague y no cuestione, que pague y se someta. Mucha suerte a quien esto cree, pero en mi experiencia conduce a mil fracasos por cada acierto.
- También debemos entender que la cultura, en su sentido amplio y en cualquier país, no debería tener una filiación política. Puede haber expresiones culturales de izquierda, de derecha, en resistencia, elitista, indígena, fronteriza, urbana, rural, pero nunca totalizadora. Puede no gustarnos alguna de las expresiones, pero no se puede cuestionar su validez. Desde la perspectiva de Mexicanísimo existen espacios para hablar tanto de las expresiones culturales de los grupos indígenas originarios como las de diseños de moda vanguardistas, la riqueza no se encuentra en la uniformización de ellas, sino en el respeto a la diversidad y la apertura de espacios para todas. Por supuesto que hay que poner énfasis primordial en apoyar a las que encuentran más dificultad para su supervivencia, por supuesto que debemos poner más atención en las expresiones de grupos

vulnerables o emergentes que no cuentan con soporte, pero la cultura es mucho más que un baile regional, que una artesanía, que un poema en maya o un graffiti. No podemos aceptar aquella frase de un político de los 90s que decía que la cultura solo consistía en “hablar bonito”, pero tampoco podemos someter las expresiones a los designios de una tendencia política o una coyuntura temporal. En Mexicanísimo nos hemos encontrado con personajes que, de buena fe, se sienten poseedores de la cultura y no reconocen otra que no sea aquella capaz de exhibir a un gobierno, de mentarle la madre a un gobernador o de invitarnos a las barricadas. Esas son, efectivamente, algunas de las expresiones culturales. Pero existen expresiones ligadas a la religión, a la innovación tecnológica, a las flores de migajón o al simple placer de la belleza sin apellidos, que son válidas y representan a un país.

- Hace dos años, un poeta de lo que él mismo llamaba “la contracultura” llegó a pedirnos –más bien exigía- un espacio para publicar sus rimas en contra de un gobierno “nazista” y asesino (así lo llamaba) en vez de publicar las fotografías de un grupo ecológico en la Sierra Gorda Queretana. “Eso son mamarrachadas y no cultura” nos decía con una contundencia que no aceptaba tolerancias.
- Si los promotores culturales no somos los primeros en aplicar los términos que exigimos, como inclusión, tolerancia, respeto, diversidad, será imposible buscar caminos comunes y alternativas que nos permitan sobrevivir en un mundo que es reacio a abrirnos las puertas.
- Lo que ha dado algunos resultados, en nuestra opinión, es jugar con ciertas reglas del mercado y entender que se requieren estrategias diferentes.
- En nuestra opinión, para que los proyectos culturales sobrevivan es casi indispensable –y digo casi, porque siempre hay excepciones- entender que se requiere una búsqueda por cuatro caminos de subsistencia al mismo tiempo: el apoyo público, el apoyo privado y el apoyo del público a quien dirigimos nuestras expresiones. La cuarta es la disciplina en la aplicación de los recursos, que es un asunto nuestro.

- Creo que no es una buena medicina el seguir insistiendo ante el público que la cultura es gratis. Los artistas comen, los promotores culturales compran ropa, los intérpretes se enferman, los investigadores tienen hijos que también comen, compran ropa y se enferman. Ante esto, no hay presupuesto que alcance, al menos en México. Y quien recibe las expresiones culturales debe reconocerlo.
- Existen, ciertamente, las alternativas de irse a Suecia, a Holanda, afiliarse a una de las grandes organizaciones mundiales que apoyen nuestra idea, pero para el resto de los mortales, las vías caminan en otra dirección.
- El proceso de sustentabilidad de las expresiones culturales exige educación para cambiar la idea de que la cultura es gratis. Con esto no quiero decir que no puedan existir eventos gratuitos, pero quien se acerca a la cultura debe entender el costo de desarrollar un grupo de baile, de estudiar una profesión artística, de invertir semanas de trabajo en el campo. Esto debe pagarlo alguien y, a veces, le tocará al público, aunque sea en una parte.
- En nuestro ramo hemos analizado la alternativa de muchas revistas gratuitas. Mi opinión es que la gente no le da valor a lo que es regalado. Acepto la discrepancia o que se me juzgue de neoliberal, pero a nosotros nos ha funcionado manejar un esquema que reparta las necesidades de financiamiento en 3 partes: el apoyo gubernamental, el apoyo privado y el apoyo del lector. Decidimos seguir cobrando pero crear cuotas diferenciadas para dar acceso a algunas personas. Por ejemplo, tenemos un programa de suscripción gratuita a bibliotecas escolares públicas.
- Durante los primeros 3 años vagamos por las oficinas de gobierno buscando becas, subsidios y apoyos. Chocamos con todo tipo de fauna nociva de la cultura, quien nos hacía sentir como si el apoyo proviniera de su bolsillo. A punto de muerte tuvimos que cambiar de estrategia, porque estábamos seguros del valor de nuestro proyecto y no queríamos someternos a vedetismos políticos.
- En esos primeros años exigimos apoyo casi sin comprometernos a llevar la cultura a la gente. Nos tenían que pagar porque nos tenían que pagar y,

como siempre decimos, para esos están nuestros impuestos (impuestos que muchos promotores culturales no pagan). Mandamos cartas, hicimos antesalas, pusimos cara de por favor o de chingue su madre, apelamos a la derecha, a la izquierda, al difuso centro político, y casi nada caminó. Tuvimos que dividir el esfuerzo.

- Hemos hecho eventos gratuitos pero en los mismos vendemos suscripciones y revistas. Ya no nos da pena decirle a la gente que requerimos apoyo para subsistir y hay que pagar papel, periodistas y fotografías, porque nosotros no les pedimos que trabajen gratis, como sucede con frecuencia. Efectivamente luchamos contra internet que ha puesto al alcance muchas de las expresiones culturales gratis (ojo: digo gratis, pero no sin costo). Efectivamente, existen otras publicaciones que han logrado mamar del presupuesto o tienen un pariente en Conaculta, pero no es nuestro caso.
- Tuvimos que diversificarnos para sobrevivir. Hoy también hacemos libros y damos servicios editoriales, algunos de los cuales no nos encantan aunque no nos comprometen éticamente. Por ejemplo, hacemos la revista electrónica para el INEE y una revista interna de una compañía de productos químicos, pero nos ha permitido seguir produciendo Mexicanísimo cada mes.
- Los esfuerzos en la gestión de la cultura, como ya lo dije, deben ir de la mano con la obtención de recursos. La mercadotecnia es fundamental, pero también la disciplina en los gastos y la administración. Estamos llenos de promotores culturales que no saben hacer un balance o un estado de resultados. Necesitamos mostrar que cuidamos el recurso pues así también podemos solicitar que nos sea concedido.
- El gestor cultural debe ser un empresario de la cultura. Y no digo empresario en el sentido que muchos conocemos del avorazado ejecutivo que busca convertirse en el próximo Carlos Slim; nos referimos al que ve su proyecto como una empresa y trata de hacerla viable. Hay empresas sociales, hay instituciones de asistencia pública que son empresa, hay

artistas plásticos que se manejan como una empresa (y pagan impuestos).
¿Por qué deberíamos ser diferentes a quien tiene una tienda, quien trabaja en una refaccionaria, quien siembre una parcela?

- Hemos vivido suponiendo que alguien debe agradecer nuestra existencia en el planeta. Esa es una limitante a nuestras empresas culturales. Exigimos de las autoridades atención a cosas a la que nosotros mismos no les ponemos atención. Las finanzas –chicas o grandes- forman parte de cualquier función vital. Las cosas empezaron a cambiar cuando dejamos de llorar, cuando pusimos disciplina y cuando reconocimos, primero hacia adentro, que tenemos que volver sustentable la revista, mientras exigimos que se nos apoye como promotor cultural.
- Es cierto que los gobiernos tienen dentro de sus obligaciones la promoción y la salvaguarda de las culturas y sus expresiones, pero a las empresas y a nosotros también nos toca asumir esa responsabilidad. No se puede vivir solo pidiéndole a Dios, a veces hasta diciéndole “ayúdame, pero te aclaro que no creo en tu existencia”.
- ¿Quién maneja los dineros de tu proyecto? ¿Sabe lo que está haciendo? ¿Dedicas tiempo a analizar la estructura económica de tu idea? Si no es así, te deseo suerte o que tengas un primo subsecretario, porque de lo contrario pasarás, tarde o temprano, a formar parte de ese inmenso grupo de inconformes que viven desencantados con un gobierno que no los entiende y que esperan por tiempos mejores, de esos tiempos que parece que nunca llegan. Los resentidos tienen poco tiempo para promover la cultura, porque están ocupados en llorar a ocho columnas.
- Después de todo, este camino lo exigiste tú, en congruencia, tendrás que reconocer que sabías que no era un camino fácil. Aún así, decidiste transitarlo. Felicidades.
- Muchas gracias.