
LA TRANSFORMACIÓN DE LAS OFERTAS CULTURALES y sus públicos en México¹

Una apuesta y una propuesta
a la par *in-decorosas**

Jorge A. González

Aquellos que no controlan prácticamente las consecuencias de sus descubrimientos, tampoco controlan intelectualmente el sentido y la naturaleza de su búsqueda.

Edgar Morin

Investigar la(s) cultura(s): una apuesta

El interés por conocer los procesos culturales de la vida contemporánea ha experimentado un crecimiento relativamente importante en los últimos tiempos. Ello está por una parte conectado con la imperiosa necesidad de definir, establecer y echar a andar estrategias y contra-estrategias —por supuesto, tanto estatales como civiles— específicas para el terreno de la cultura, es decir, especialmente para *intervenir* en el ámbito de la organización de lo que *significa* y da sentido a la vida, al mundo, a toda nuestra vida en el mundo. Tenemos así, una dimensión política ineludible detrás de este afán por conocer la cultura. Por otra parte, sabemos que en la complejidad de nuestras sociedades, el

* *Decoro*. m. respeto, reverencia que se debe a una persona. Tratándose de cosas o de acciones, conjunto de cualidades que las hacen dignas de las circunstancias.

verbo “cultura” se *conjug*a siempre en plural: cultura(s) múltiples, diversas, desniveladas, rejegas, modernas, arrítmicas, sincopadas, que a su modo resuellan, pujan, jadean y se jalonean entre sí, sin tregua duradera y a veces con particulares tonalidades cáusticas y cuantimás conflictivas.²

Si la cultura tiene que ver con el sentido y las formas con las que **definimos** el acontecer cotidiano, con las que **recordamos** qué nos ha sucedido y podría habernos pasado, con las que **creemos** qué es lo que pasará y qué queremos que nos suceda, en efecto, en el menú, no hay de una sola sopa ni se puede comer con una sola cuchara.

El estudio de las dinámicas de la pluralidad de las culturas que conviven dentro de una misma sociedad no se puede hacer de manera improvisada ni con una sola manera de mirar. Del mismo modo, el diseño de las estrategias, las inversiones y en general de las políticas culturales tampoco se puede hacer —siempre— de manera errática, reactiva y *supra-rotular* o para decirlo en términos más directos, sobre las puras rodillas.

Desde la perspectiva estatal se reacciona frente a demandas o presiones coyunturales para salvar lo urgente sin remediar lo verdaderamente importante. En lo que llevamos del siglo en esta área ha sido constante la improvisación y la pragmática política del ensayo/error. Para cuando termina el periodo de los funcionarios en turno, con muchos trabajos encontramos memoria detallada de lo hecho y mucho menos, con la siguiente administración, un seguimiento y profundización de lo andado. Mucha información, pero regada y sin *forma* ni manera de hincarle el diente.

Asimismo, en el campo académico es sintomática la falta de información y evaluación de lo que hemos estudiado y de lo que falta por investigar. Buena parte de los hallazgos se mantienen parcialmente en secreto en una búsqueda de originalidad que redunde sólo en el refuerzo de una posición de fama o prestigio académico de los “expertos” y en el mejor de los casos en aras de una trasnochada pureza disciplinar.

Frente a los cambios que ya comienzan a afectar nuestra sociedad con la entrada de México al tratado de libre comercio (NAFTA) y a las múltiples reacciones sociales que desde diversos puntos se están generando, parece riesgoso y temerario entrar al siglo XXI con esta clase de amnesia perniciosa y con esta reiterada actitud de tapar el sol nada menos que con un oficio, con unas becas o con un dedo.

Ahora bien, si en algunos sectores responsables de la organización de la cultura en México en esta ocasión existe sensibilidad para emprender esta aventura, no podemos soñar que se vayan a tomar en cuenta sus posibles resultados. Sin embargo, nunca será lo mismo tomar las decisiones improvisadas porque no hay información a la mano, que seguir

improvisando —por inercia, necesidad o necesidad— al ritmo de los tumos de la política sexenal cuando ya existe al menos alguna información.

¿Por qué no apostar por un esfuerzo colectivo y sostenido que ayude a organizar lo organizable y que colabore a generar un conocimiento acumulable, cabal, fresco y a la vez denso del movimiento y la composición multidimensional de nuestras culturas? ¿Por qué no apostar por la formación de diversos equipos de trabajo que puedan operar con su propio movimiento en las distintas zonas del país, y al sumar sus esfuerzos se pueda mirar menos episódicamente lo que urge ser mirado? ¿Por qué —en fin— no arriesgarse con humildad a apostar en grande, por crear una base general de información elemental y descriptiva que nos permita hacer una evaluación mínima y a partir de ella se puedan generar más profundos y detallados estudios? Dentro de este marco se ubica nuestro proyecto y esa es precisamente la *apuesta* de esta aventura.

Una propuesta *in-decorosa*

La investigación que proponemos tiene un sentido de interés público y abierto. Como mira principal debe generar un conjunto de información descriptiva y exploratoria de primera mano sobre las dinámicas culturales de México, de tal manera que nos permita alimentar al *Sistema Nacional de Información Cultural* (SNIC) y que al mismo tiempo sea capaz de servir como una plataforma para hacernos nuevas preguntas y nuevos proyectos de investigación que tengan una base empírica mínima para estudiar diversos procesos, estructuras y cambios culturales en México.

Como puntos de referencia y contraste con nuestra labor, nos servirán diversos desarrollos teóricos y hallazgos empíricos de grupos de investigación nacionales e internacionales. Asimismo, nos serán de mucha utilidad las experiencias sobre información cultural para la toma de decisiones que se han realizado en distintos países.³

Entre ofertas y públicos: esbozo de un marco conceptual en “obra negra”

Partamos de la detección de dos grandes lagunas dentro de la investigación sobre cultura en la escala nacional.⁴ Estas carencias, me parece, han diferido una más adecuada planificación del diseño, ejecución y seguimiento de las políticas culturales en México.

La primera tiene que ver con la ausencia de conocimientos sobre la formación y transformación histórica de las ofertas culturales.⁵ Estas

ofertas acompañan el desarrollo urbano del país y son el efecto de procesos crecientes y necesariamente desiguales de especialización de diferentes instituciones, agentes y prácticas específicamente “culturales”, es decir, ligadas de manera *profesional a la construcción, preservación y promoción en múltiples soportes materiales de diversos sentidos sociales de la vida y del mundo.*⁶

Cada una de estas “ramificaciones” de la actividad productiva *especializadas* en la cultura, con el tiempo y la complejización de la vida social, conforma una estructura de relaciones sociales objetivas, que opera con sus propias leyes internas, marca sus propios límites, determina sus propias competencias y define dentro del vasto universo del discurso social común o *doxa*,⁷ un cierto conjunto de interpretaciones de segundo orden, jerarquizadas y sistematizadas en discursos, en objetos, en prácticas, clasificaciones y rituales, que mediante diferentes procesos de codificación, re-codificación y lucha, pueden llegar o han llegado a convertirse —no sin resistencias variadas— en *legítimas*, en *orto-doxas*.

Asimismo, esta dimensión *material*⁸ de la cultura, mediante una vasta red de especialistas, canales, rituales, prácticas y discursos,⁹ es la que pone en circulación social productos y codificaciones culturales de su propia “especialidad” que conforman la mayor parte de lo que podemos llamar provisoriamente la *oferta cultural* de una sociedad en un momento histórico determinado.

El término *oferta cultural* debe entonces entenderse como la presencia en el ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales¹⁰ producidos por una red desigual de instituciones precisas y especializadas.

Para los fines de este estudio y de manera preliminar, vamos a considerar a los **entornos urbanos** que conforman las ciudades o las zonas metropolitanas como el medio “natural” de desarrollo de la vida social moderna.

Esto es así porque en la mayor parte de las sociedades contemporáneas, las ciudades se crearon, se han ido formando y están formadas por estructuras de competencia social generalizada.¹¹ En una primera aproximación descriptiva, para hacer visible esta complejidad podemos hablar de los entornos urbanos como conformados por una urdimbre intrincada y desigualmente desarrollada de distintos sistemas de ofertas o mercados. Suele hablarse de ellos como mercado laboral, mercado alimentario, mercado habitacional, “mercado” matrimonial, mercado de bienes, mercado de servicios de salud, de educación, de entretenimiento, mercado religioso, mercado de medios de difusión, mercado del “arte”,¹² etcétera.

Todo mercado —cualquiera que sea la especie de capital que ponga en circulación— es susceptible de ser analizado desde el punto de vista de la cultura, pero no todo mercado tiene una especialización específicamente cultural. La problemática de las “industrias culturales” y los “medios masivos” se ha concentrado en este tópico. Sin embargo, no basta con señalar una lista de las empresas y sus poseedores para comprender la densidad de la eficacia social de una empresa cultural.¹³

Una más elaborada concepción de la oferta, debería incluir explícitamente el concepto de **campo cultural**¹⁴ porque nos permite ordenar esa “materialidad” de la cultura como un sistema de relaciones de fuerza y posiciones estructurales¹⁵ que es simultáneamente un sistema de luchas por la transformación de dichas posiciones. Lejos de cambiar sólo el nombre de las cosas, esta teorización nos permite pensar en los mecanismos sociales objetivos que generan la constitución social de las competencias¹⁶ que a su vez son la matriz de generación de todos los diferentes usos, consumos y gustos de los públicos en materia de cultura.

Los públicos culturales

El mismo tipo de carencia nos encontramos cuando se trata de caracterizar la formación y la transformación de los públicos de la “cultura”. En estos sistemas urbanos de “competencia social generalizada” y **desnivelada**¹⁷ que se caracterizan por la presencia nodal de organizaciones complejas especializadas en la producción cultural y sus múltiples haces de ramificaciones interconectadas, la cultura adquiere crecientemente un doble valor. Es una mercancía sujeta a leyes y precios del mercado y simultáneamente es a todo título una forma simbólica¹⁸ que se rige por otras leyes que no se agotan en lo que se ha entendido comúnmente por el solo “consumo” económico y racional. “Vale”, en tanto que tiene, comunica u otorga un valor de significación. Así es que, entre una oferta cultural y sus deseados o posibles usos, no hay una “libertad absoluta” de elección, pues existe una especie de complicidad no planeada entre los productos de dicha oferta y los esquemas sociales históricamente “aptos” para percibirlos, gozarlos, consumirlos, etcétera.

Esa “libertad” de elección de los públicos está efectivamente condicionada por los esquemas de disposiciones incorporados en familia y modulados en las diferentes trayectorias de la vida de los individuos, aunque en el discurso de los agentes, tal o cuál práctica aparezca como una fruto de decisión completamente voluntaria o azarosa.

La imagen que nos presenta esta teorización es más bien la de un sistema de **coacciones sociales**, “objetivas”, que marcan los límites de lo posible y de lo probable en materia de gustos culturales, donde objetivamente no hay mucho lugar para donde moverse. Sin embargo, esas mismas condiciones objetivas pueden operar no sólo como restricciones a la acción, sino también como **recursos** con los que los propios agentes diseñan diversas estrategias de rechazo, adaptabilidad, subversión y acomodación ante tales condiciones.¹⁹

Este movimiento sólo se puede apreciar en la “longue durée”, es decir, en el seguimiento y la observación detallada de procesos de larga duración.²⁰ Entendemos por “**público cultural**” al conjunto de agentes sociales que poseen las disposiciones (inculcadas o adquiridas) que los hacen capaces de evaluar, apreciar y valorar los discursos y objetos de una *oferta cultural* específica en un momento histórico dado.

La estructura y el valor diferencial de estas disposiciones está en función de la colocación y la trayectoria de los agentes dentro de un espacio social multidimensional y de la interiorización de las estructuras sociales objetivas en forma de esquemas de percepción, de valoración y de acción²¹ que se inculcan e incorporan inicialmente durante la socialización en la vida familiar.²²

Esta primera inculcación delimita los cursos de los trayectos posibles de los individuos y su mayor o menor cercanía o lejanía, familiaridad o extrañeza con las diferentes ofertas de los campos.²³ Posteriormente el *habitus* de origen se va modulando, afinando y refinando en función de su contacto con nuevas situaciones, estructuras y “mercados”, es decir, en el contacto diferencial con una configuración particular de las estructuras objetivas que forman la materialidad de la cultura de una sociedad determinada. Por diversas investigaciones,²⁴ sabemos que la formación de cualquier público requiere del dominio de los esquemas de clasificación que permiten reconocer, reubicar y nombrar los objetos y los discursos, es decir, los “bienes” de una oferta cultural. Asimismo, implica cuando menos cierta familiaridad y pericia en el ejercicio de las prácticas de las diversas formas de consumo, así como la posesión y “mostración” o actualización situacional de los principios estéticos que le permiten jerarquizar los objetos, discursos y prácticas dentro de una escala socialmente difundida, sancionada y valorada.

En síntesis, esto significa que en toda práctica de elección, valoración, lectura²⁵ y “consumo” de bienes culturales se cruzan por lo menos dos trayectorias, a saber: la historia de las estrategias, producciones y productos de los agentes y las instituciones especializadas en la cultura, entretrejida con la historia de las disposiciones de los agentes que se han convertido en sus públicos en calidad de “consumidores”,

de “miembros”, de “clientes”, de “fieles”, de “fans”, de “seguidores”, de “votantes”, de “militantes”, etcétera.²⁶

Para decirlo en otros términos, la competencia cultural de los públicos de la cultura, que es precisamente la matriz de todas las prácticas y hábitos de “consumo”, es siempre **situacional y opera ligada a una memoria**. Son precisamente éstas algunas de las herramientas teóricas, que a reserva de una discusión menos provisional, orientan nuestro trabajo de investigación.

Marco metodológico: las preguntas y las estrategias de accecho

Para volver observable nuestro objeto de estudio, en este caso las **relaciones** entre los públicos y ciertas ofertas culturales en México durante el siglo XX, vamos a describir y explorar las siguientes ocho ofertas culturales especializadas:

1. En la elaboración de un sentido numinoso y meta-social del mundo (agentes, prácticas y el conjunto de las instituciones **religiosas**).
2. En la inculcación disciplinaria de conocimientos formales sancionados (agentes, prácticas y el conjunto de las instituciones **educativas**).
3. En las concepciones sobre lo sano y lo infecto, sobre lo normal y lo patológico: (agentes, prácticas y el conjunto de las instituciones de **asistencia**).
4. En la definición de lo “culto”, lo “artístico” y del “patrimonio” de una sociedad (agentes, prácticas y el conjunto de las instituciones **artísticas** y de conservación de patrimonio).
5. En la edición y transmisión colectiva por medio de soportes tecnológicos de información y meta-información: (agentes, prácticas y el conjunto de las instituciones de **difusión colectiva**: televisión, video, cine, revistas, radio y disco/cassette).
6. En los servicios urbanos de **alimentación pública**: “bueno para comer” (restaurantes, puestos, fondas, etcétera).
7. En los servicios urbanos de **abasto**: “bueno para comprar” (mercados, supermercados y tiendas).
8. En los servicios urbanos de **diversión**: “bueno para gozar” (teatros, carpas, deportes, bailes, etcétera).

Los cinco primeros son a todo título *campos especializados* y son fundamentales para la composición de la estructura ideológica de toda sociedad. Los otros tres forman un “campo” más propiamente *ligado* al consumo de mercancías básicas, tecnológicas y de información.²⁷

Dentro del marco anterior, diseñamos una **estrategia de triple acercamiento** para tener una perspectiva densa y mutuamente complementen-

taria de nuestro objeto de estudio. Con ella vamos a construir diversos observables y hechos a partir de información cualitativa y cuantitativa, de escala macro y micro social y de alcance temporal sincrónico y diacrónico para lo cual utilizaremos diversas técnicas e instrumentos que se esbozarán más adelante.

Un conjunto de preguntas

¿Cuál es la estructura y la composición del equipamiento “cultural” en los hogares de México? ¿Cuáles son las valoraciones, las preferencias, los modos y hábitos de relación, uso y participación de los públicos con respecto a las ocho ofertas culturales escogidas? ¿Cuál es y ha sido la presencia urbana de estas ofertas culturales?, ¿Es posible establecer su perfil? ¿Cómo ha variado ésta y hacia cuáles direcciones? ¿Cómo se estableció y cómo ha cambiado la relación entre los públicos y las ofertas culturales localizadas dentro de distintas generaciones? ¿Es posible establecer un perfil longitudinal de estos públicos? ¿Qué es lo que puede transmitir o heredar una familia a sus descendientes desde el punto de vista de la cultura? ¿Objetos, valores, rituales, hábitos, relaciones?

Para responder a estas preguntas se requiere delimitar y seleccionar un grupo de métodos, técnicas e instrumentos que nos ayudarán a formalizar la información (ver cuadro 1).

CUADRO 1

Preguntas	Técnicas	Instrumentos	Productos	Matriz
Perfiles de público/oferta	Métodos y encuestas	Cuestionario precodificado	Estadísticas, cuadros, figuras, 4000 casos	Análisis ↓
Presencia espacial, oferta cultural en cuatro periodos	Cartografías, archivo y entrevistas	Protocolo y guía de entrevista 1	4 Mapas por cada ciudad, por cada oferta	Síntesis ↓
Relación entre ofertas y familias	Historia oral H. Familias, genealogías	Protocolo y guía de entrevista 2	10 Gene. por ciudad, 100 máximo	Interpretación

Delimitación espacial y temporal del proyecto

Nuestro esfuerzo heurístico **cuantitativo** se concentró en un conjunto de ciudades de seis regiones de México, a saber: (1) Noroeste, (2) Noreste, (3) Occidente, (4) Centro, (5) Sur y (6) el área metropolitana de la Ciudad de México (AMCM), consideradas como el espacio social y geográfico privilegiado, en el que las ofertas y los públicos se encuentran, se forman y se transforman durante el siglo XX.

Para nuestra aproximación detallada y **cuantitativa** a través de las cartografías y las genealogías, nos contentaremos con estudiar en diez ciudades.²⁸

Técnicas de recuperación y formalización a utilizar

Encuesta nacional sobre ofertas y públicos culturales en México

La idea central de la encuesta fue la de obtener mediante un detallado instrumento personificado información cuantitativa de los modos concretos de relación de los miembros de las unidades domésticas seleccionadas, en tanto que **públicos** hipotéticos de las ofertas de su entorno cultural urbano. Dicho instrumento contiene una serie de reactivos destinados para determinar primeramente la ubicación de las unidades domésticas en el **espacio social**. Esto implica la creación y utilización de indicadores diversos, prácticos y manejables para conocer y determinar las relaciones de las unidades domésticas con distintos tipos de estructuras objetivas, tales como el mercado de bienes, la disponibilidad de dinero y la propiedad, las relaciones sociales movilizantes y las relaciones con un mercado de bienes culturales. Esta relación es desigual y desnivelada y es factible de reconstrucción mediante una serie de indicadores y preguntas destinadas en bloque para tales fines.

Otros bloques del instrumento se dedicaron a la descripción de distintos **sistemas clasificatorios**, que los miembros de las unidades domésticas portan en virtud de su situación social. Igual criterio se aplicó para conocer las diversas **prácticas y concepciones**, que constituyen estilos de vida diferenciales y diferenciantes. Por este medio obtuvimos información de tipo **cuantitativo** de cada unidad doméstica, así como una serie de perfiles socio demográficos, con los que se podrán cruzar los perfiles culturales de gustos y prácticas de la vida cotidiana. La encuesta se realizó con una dispersión muestral representativa de la población nacional de residentes en localidades mayores de cien mil habitantes. Se controló la región geográfica y los tamaños de localidad de cada estrato de análisis. Las 34 ciudades fueron elegidas aleatoriamente del universo señalado. Las grandes áreas metropolitanas del país

México, Monterrey, Guadalajara tienen resultados independientes.²⁹ Igualmente para cada región y cada estrato de tamaño de localidad.

*Cartografías de las ofertas culturales en cuatro periodos, siglo XX*³⁰

Suponemos que las mutaciones del peso relativo de un tipo cualquiera de oferta cultural en una ciudad, son expresables en términos de su presencia y extensión en el espacio de una ciudad. Con el avance de la especialización de los mercados y las ofertas culturales, las calles de la ciudad se van “poblando” de instituciones y especialistas de cada campo. Mediante un detallado protocolo aplicado al trabajo de archivo, reconocimientos etnográficos y entrevistas a informantes calificados se construyeron cerca de 32 mapas para cada periodo y en cada ciudad, con la ubicación espacial de los lugares en los que estaban o han estado presentes esas ofertas culturales de cada uno de las ocho ofertas atrás descritas. Esto nos proporciona un volumen de cerca de 320 mapas culturales.

Finalmente, con las cartografías, se pueden delimitar otro tipo de unidades de análisis tales como los barrios y calles. Con ellas tenemos un mecanismo topográfico básico de evaluación y control de la información cuantitativa y cualitativa, que se consigue con la encuesta estadística y la historia oral, y al mismo tiempo podemos construir un documento “modular” de información organizada re-utilizable bajo otros marcos y objetivos plausibles.

Historia oral: genealogías culturales e historias de vida

Suponemos que los esquemas de disposiciones que la gente incorpora y pone en juego para emitir su juicio y manifestar su agrado o gusto, “su estilo”, se inculcan y modelan en familia. Esta institución no especializada sigue siendo un micro-espacio social determinante en la primera socialización, que es además el lugar de la intimidad hogareña. Los métodos de la historia oral³¹ fueron los más eficaces para construir nuestros observables en esta fase. De esta manera, seleccionamos diez familias por cada ciudad, con tal de que pudieran entrevistarse a tres miembros de generaciones diferentes, y todos tuvieran una experiencia relativamente constante de residencia en la localidad. No buscamos la *representatividad estadística* de nuestras familias, pues al intentar construir la relación de éstas con las ofertas de los campos culturales, los procedimientos ordinarios de muestreo al azar resultan totalmente inadecuados, pues corren el grave riesgo de hacer perdedizos, por el efecto del sorteo aleatorio, ciertos elementos determinantes de la estructura objetiva que queremos describir. Es por eso que trabajamos mejor

con un criterio de *representación estructural*.³² Se realizaron tres historias de vida por cada familia. Una vez grabadas, transcritas y analizada descriptivamente la información, se elaboró nuestro acercamiento a las genealogías culturales mediante tres tipos de productos: a) un conjunto de *fichas* con los datos socio demográficos básicos de cada miembro incluido de la familia extensa, b) un *genograma* (especie de “árbol genealógico rectangular” que incluye ramas colaterales por generación), y finalmente a partir de ambos materiales, c) la redacción de una historia de la familia o *relato genealógico*.³³ El objetivo básico fue rastrear los diferentes canales, especies y momentos de transmisión del capital familiar de una generación a otra y con ello intentar un acercamiento oral y longitudinal a la dinámica de las familias con nuestros ocho tipos de ofertas en cada una de las ciudades. En otras palabras, mediante este acercamiento intentamos crear una representación de los procesos diferenciales de constitución de los miembros de la familia en públicos del entramado de las ofertas culturales, en los que cada quien en el tiempo tuvo la “oportunidad” —o se la construyó— de aprovechar o usufructuar.

Pensar la complejidad: de pasiones y razones

Sin lugar a dudas, lanzarnos a explorar y describir la formación y la transformación de las ofertas culturales y sus públicos, y con toda la voluminosa información generada de la que apenas hemos dado un esbozo muy superficial, es una empresa compleja que debe ser tratada precisamente así. El pensamiento complejo aspira al conocimiento multidimensional y está animado por una doble tensión continua entre la aspiración a un saber holístico, que no reduzca el conocimiento, y el reconocimiento de lo inacabado e incompleto de todo saber. Nuestra aventura de intentar generar un conjunto accesible de información básica sobre las ofertas culturales y sus públicos necesariamente ha involucrado a un equipo considerable de investigadores e investigadoras en todo el país.³⁴ Con la encuesta tenemos una imagen estadística puntual de la estructura y de la composición de las ofertas y de algunas características de sus públicos. Las cartografías hacen visible de una forma analógica y topográfica la presencia desnivelada de las ofertas (y los campos) en las calles, los barrios, los sectores de cada ciudad. La posibilidad de rastrear la permanencia y/o el cambio de la *topografía cultural*, nos abre la vía para captar las ofertas culturales no sólo como un punto, sino como una serie de trayectorias entre otras posibles.

Finalmente, en las genealogías se nos quedan los testimonios y las evaluaciones orales que dan los informantes no de “la realidad”, sino de su evaluación y sentido de la “realidad”. Los tres acercamientos nos proporcionan por ello una imagen **descriptiva y exploratoria**, suficientemente densa de los entrecruces de las trayectorias entre las determinantes de la oferta cultural y las concepciones y disposiciones incorporadas de los públicos. El primer gran desafío al pensamiento lineal y simplificante ha sido creer que era posible realizar este esfuerzo coordinado nacional para estudiar de manera multidimensional este tipo de sistemas complejos. Al mismo tiempo, producir todos los protocolos e instrumentos, las estrategias de uso y aplicación de la propuesta. Una cosa es decirlo y otra, a veces bastante lejana, es producirla. En este salto de los conceptos y las representaciones a los indicadores, a los reactivos, a los protocolos específicos, siempre hay una pérdida inevitable y habrá que asumirla, evaluarla y confrontarla. El reto siguiente estriba en diseñar estrategias adecuadas de interpretación, uso y difusión de toda esta información y en mantener vivos la motivación y el interés en el conocimiento detallado de los procesos culturales y los equipos formados para tal efecto.

En fin, en lograr confrontar críticamente el sentido y la naturaleza de nuestro oficio, de nuestro compromiso y de la razón de nuestra búsqueda. Y eso sin *pasión*, de plano no se puede.

Notas y referencias bibliográficas

1. Este trabajo presenta con algunas modificaciones el diseño original del proyecto para la generación de información básica sobre cultura denominado *La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México: (genealogías, cartografías y prácticas culturales en el siglo XX)*, que se realiza actualmente en México con un financiamiento del Seminario de Estudios de la Cultura y la Dirección general de Culturas Populares del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
2. Esta "cualidad" polémica y estratégica de la cultura la he trabajado con la categoría de los frentes culturales. Al respecto, ver: González, J. *Más(+)* cultura(s). *Más ensayos sobre realidades plurales* (1994) CNCA, Pensar la cultura, México.
3. El SNIC es un proyecto originalmente encargado por Guillermo Bonfil del Seminario de Estudios de la Cultura a la coordinación del Programa Cultura de la Universidad de Colima en 1990 y tiene como objetivos básicos: a) la compilación y recuperación de bases de datos sobre la cultura en México, b) la generación constante de información cultural a través de la investigación, y c) la difusión en formatos de discos compactos y otros medios de su labor. Experiencias similares, pero con otro diseño y alcances se han desarrollado principalmente en Francia y más recientemente en España. Ver las encuestas: *Nouvelle enquête sur les pratiques culturelles des Français en 1989*, Documentation Française, Paris, 1989; J. Cardona y Ch. Lacroix, *Chiffres clés 1991*, Ministère de Culture, Documentation Française, 1991 y *Equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles*, Ministerio de Cultura, Madrid, 1991. Sin embargo, ambas experiencias tienen una perspectiva general ante la situación de la cultura y ante la producción de conocimientos que nuestro proyecto no comparte del todo.
4. Cfr. García Canclini (comp.) (1993). *El consumo cultural en México* (1993) México, Colección Pensar la Cultura, CNCA.
5. Generalmente se suele intentar el abordaje de estas ofertas desde el punto de vista del consumo entendido como un punto de encuentro entre las actitudes de los "consumidores", generalmente carente de trayectoria. Se pueden obtener interesantes datos de los estudios de mercado, pero en ellos se descuida precisamente la dimensión procesal del consumo, inseparable de esquemas de percepción diferencial y a una memoria colectiva. Esta sólo se deja ver precisamente cuando se le observa en la larga duración.
6. Operamos aquí una concepción semiótica de la cultura con dos delimitaciones complementarias: "Cultura" es por una parte, una amplia dimensión de análisis, precisamente la del *sentido*, de todas las relaciones sociales y por otra —de manera restringida— comprende a las instituciones, los agentes y las prácticas que la división social del trabajo ha especializado en la generación y legitimación de *interpretaciones* —en este caso, "profesionales"— del mundo social. La cultura en tanto que "actividad social especializada" consiente con provecho el uso del concepto sociológico

de campo. Véase: Bourdieu, P., *Les regles del art: genèse et structure du champ littéraire* (1992), París, Seuil, 1992 y Giménez, G. (1987), *La teoría y el análisis de la cultura*, México, SEP, U. de G., Comecso.

7. Por *doxa* entendemos los sistemas de interpretaciones de primer orden, es decir, no especializadas ni elaboradas, que se generan y se adquieren en el curso de la vida social. Cfr. Giddens, A. (1987), *Las nuevas reglas del método sociológico* (1990), Buenos Aires, Amorrortu, 1976; y Thompson, J. (1990), *Ideology and modern culture* (1990), Cambridge, Polity Press, 1990.
8. Gramsci nos habla de los "materiales ideológicos" para describir la dimensión material de las ideologías: "La prensa es la parte más dinámica de esta estructura ideológica, pero no la única: todo lo que influye o puede influir en la opinión pública directa o indirectamente le pertenece: las bibliotecas, las escuelas, los círculos y *clubes* de varios géneros, desde la arquitectura hasta la disposición de las calles y sus nombres", Cfr. A. Gramsci (1973), *Pasato e presente*, Roma, Editori Riuniti, 1973. Por su parte, Robert Fossaert (1983), en una re elaboración de la posición anterior, dedica un extenso trabajo a volver inteligible la "infraestructura material de las ideologías", Cfr. *La société* (VI), *Les structures ideologiques*, París, Seuil.
9. Conviene usar una concepción ampliada del discurso que no se agote en la expresión verbal, sino que implique la dimensión proxémica y gestual de la comunicación. Cfr. Thompson, J.P., *Ideology and modern culture*, *op. cit.*
10. Cfr. Ganzeboom, H., "La constitution des audiences culturelles aux Pays-bas entre 1962 et 1983", en: Dupois, X. y Rouet, F. (1987), *Economie et culture: les outils de l'économiste a l'épreuve*, París, Documentation Française.
11. Daniel Bertaux usa esta caracterización en su comunicación personal, 26.3.93 dentro del borrador del texto *Social genealogies, commented and compared: an instrument for observing social mobility in processes in the "longue durée"*.
12. Debemos a Pierre Bourdieu la metáfora y el uso más controlado de la noción de mercado para el estudio de procesos culturales contemporáneos: "Hay mercado lingüístico cada vez que alguien produce un discurso dirigido a receptores capaces de evaluarlo, de apreciarlo, de darle un precio" véase *Sociología y cultura*, México, CNCA-Grijalbo, pp. 145.
13. La literatura al respecto es muy variada y suele arrancar desde las posiciones iniciales de la Escuela de Frankfurt hasta las interpretaciones de la Unesco: *Industrias culturales. El futuro de la cultura en juego*, México, Fondo de Cultura Económica. Para una crítica de estas posiciones véase: González, J. "Cultura(s) popular(es) hoy" en *Más(+) cultura(s). Más ensayos sobre realidades plurales*, *op. cit.*
14. Véase Pierre Bourdieu (1983), *The field of cultural production*, Cambridge, Polity Press, 1993, pp. 176-191.
15. Posiciones de fuerza no sólo estructuradas, sino también estructurantes y estructurables, es decir, *móviles*, "vivas", en equilibrio precario que implica cuantiosa generación, acumulación y movilización de energía social, estrategias y *capitales*. Ver por otra parte, el énfasis que además de Bour-

- dieu, Anthony Giddens (1991) le otorga a los procesos de estructuración en *The constitution of society*, Cambridge, Polity Press.
16. Cfr. Murdock, G. (1990). "La investigación crítica y las audiencias activas", *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. IV, núm. 10, p. 210.
 17. Esto nos recuerda que estas competencias no se parecen en nada a una noción ideal de mercado "perfecto", sino que más bien, se enmarcan históricamente dentro de relaciones desniveladas de acceso, de disfrute y de reconocimiento pautadas por relaciones di-simétricas de poder y de clase.
 18. Véase: J.P. Thompson, *Ideology and modern culture*, op. cit. y también la versión de Mary Douglas y Baron Isherwood en la que se estudia detenidamente el consumo de información: *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, México, Grijalbo/CNCA, Los noventa, Igualmente alimentan la discusión los textos de Lunt y Livingstone (1993), *Mass consumption and personal identity*, Buckinham, Open University Press, 1992 y Arjun Appadurai (1991), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México, Grijalbo, CNCA.
 19. Esta tensión entre lo que las circunstancias permiten hacer a los hombres y las prácticas que modifican las circunstancias ha sido trabajada profusamente en el pensamiento social desde Marx y Engels en la conocida tercera tesis sobre Feuerbach y particularmente desarrollada por A. Giddens, *The constitution of society*, op. cit.
 20. Ver especialmente Bertaux, D. y Bertaux-Wiame, I, "El patrimonio y su linaje: transmisiones y movilidad social en cinco generaciones", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. VI, núm. 18.
 21. Esto es lo que constituye precisamente al *habitus* como la dimensión subjetiva e incorporada —pero no individual— de la cultura. Cfr. Pierre Bourdieu (1979), *La distinction*, Paris, Minuit; 1980; *Le sens pratique*, Paris, Minuit.
 22. Para una ubicación del papel de la familia en esta dirección, véase Thompson, Paul, *Family as a factor in social mobility*, documento inédito. Elza Berquó y Peter Xenos (Eds.), *Family systems and cultural change*, Oxford, Clarendon Press. Daniel Bertaux y Paul Thompson (1993), *Between generations. Family models, myths and memories*, Oxford, Oxford University Press, 1993. Mi propia posición puede verse en Jorge A. González, "La telenovela en familia: una mirada en busca de horizonte", en: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. IV, núm. 11.
 23. Para el caso de las "Grandes Escuelas en Francia, véase P. Bourdieu (1989), *La noblesse d'état*, Paris, Minuit. Del mismo autor véase: (1971) "Génése et structure du champ religieux", en *Revue Française de Sociologie*, 1971.
 24. Cfr. Pierre Bourdieu, *La distinction*, op. cit. y los estudios de G. Murdock, referidos en "La investigación crítica y las audiencias activas", art. cit.
 25. Cfr. González, J. (1993). "El regreso de la cofradía de las emociones interminables", en García Canclini (comp.) (1993), op. cit. pp. 295-336.
 26. Cfr. González, J. "Metodología y sociología reflexivas: navegar procelosos mares del placer", en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. V, núm. 15, p.209-226.

27. Véase para los cinco primeros el trabajo de Robert Fossaert (1979), *La société III, Les Appareils*, Paris, Seuil. La noción de las clases de consumo de mercancías ligadas a los sectores primario, secundario y terciario es de Mary Douglas y Baron Isherwood, *op.cit.*, pp.193-199.
28. Para el caso de la encuesta, las ciudades en las que se levantaron las cartografías, las historias de vida y las genealogías son: Colima, Guadalajara, León, Mexicali, Tijuana, Ciudad de México, Morelia, Monterrey, Veracruz. La ciudad de Oaxaca estaba prevista en el diseño original, pero no se pudo formar el equipo en los plazos que requería el proyecto.
29. El tamaño de la muestra se amplió pues en esta primera etapa los equipos de Colima, Veracruz y León elevaron el número de casos muestreados para poder contar con resultados representativos de esas respectivas ciudades.
30. Estos periodos los delimitamos alrededor de: a) la pre-revolución, b) la post-revolución, c) la industrialización/urbanización, y d) la última década del siglo XX. De manera intencional no se tomó en cuenta la etapa revolucionaria (1910-1929), pues suponemos que en el periodo de inestabilidad y destrucción generalizada, la infraestructura cultural que rastreamos se vio afectada por factores exógenos que sin embargo, con la revolución institucionalizada (1930-1940) las perturbaciones externas generaron un reacomodo y una recomposición generalizada de toda la sociedad y de los campos culturales merecerían un tratamiento especial sobre diversos puntos de vista de las relaciones entre sociología e historia, véase: Dennis, Smith, *The rise of historical sociology*, Cambridge, Polity Press.
31. Ver el reciente trabajo de Jan Vansina (1992), *Oral tradition as history*, London, James Curry, y el excelente texto de Paul Thompson (1988) *La voz del pasado. La historia oral*, Valencia, Edicions Alfons El Magnànim, 1988. Igualmente se puede consultar el texto de Elizabeth Tonkin (1992), *Narrating our past*, Oxford, Oxford University Press. Respecto a la relación entre memoria social e historia oral, véase: James Fentress y Chris Wickham, *Social memory. New perspectives on the past*, Oxford, Blackwell.
32. Ver Bourdieu, *La noblesse d'état. Grandes écoles et esprit de corps*, Paris, Minuit, 1989, p. 335.
33. Agradezco especialmente a Daniel Bertaux, CNRS, Paris y a Paul Thompson (Sussex), toda la motivación y la valiosa información que me proporcionó para esta fase. Igualmente los profesores Pierre Bourdieu (College de France) y Alberto M. Cirese (Universidad de Roma) los amables comentarios críticos que me dieron en los inicios y durante el trayecto de esta investigación. La bibliografía al respecto es variada y recientemente ha experimentado un crecimiento relativo. Véase: C. Guiteras Holmes (1965), *Los peligros del alma. Visión del mundo de un Tzotzil*, México, Fondo de Cultura Económica, Jorge Balán (Ed.), *Las historias de vida en ciencias sociales. Teoría y técnica*, Buenos Aires, Nueva Visión, Daniel Bertaux (Ed.) *Biography and society. The life history approach in the social sciences*, Beverly Hills, Sage/ISA, Glen H. Elder Jr. (1985), *Life course dynamics. trajectories and transitions, 1968-1980*, Ithaca, Cornell University Press, Henry Selby, Arthur Murphy, Stephen Lorenzen y colaboradores (1990) *The mexican urban household. Organizing*

for self-defense, Austin, University of Texas Press, Carlos Tello Díaz, *El exilio. Un relato de familia*, México, Cal y Arena, 1993.

34. La tripulación de esta travesía está formada por Jesús Galindo (antropólogo), José Miguel Romero de Solís (historiador), Gely Bautista (comunicóloga), Lupita Chávez (socióloga), Tere Quinto (antropóloga), Lucy Alcaraz (comunicación), todos ellos miembros del Programa Cultura, CIS de la Universidad de Colima; José Amozurrutia (ingeniería de sistemas) SNIC/CNCA hizo posible el *software* especial requerido y Heriberto López colaboró decididamente en la encuesta. En las ciudades coordinaron: Ricardo Morales (UIA, Tijuana), Fernando Vizcarra (UABC, Mexicali), Gabriela Pedroza (UANL, Monterrey), Busi Cortés (Ciudad de México), Héctor Gómez (UIA, León), Elizabeth Bonilla (UV, Veracruz), Sergio Inestrosa (ULA, Morelia) y Maru Suárez (ITESO, Guadalajara). Un considerable número de tesis trabajó también a todo lo largo de este proyecto. El apoyo financiero, pero sobre todo la confianza constante de José Manuel del Val (DGCP) y Martha Tello (SEC) del CNCA ha sido fundamental en todos los sentidos. Agradezco a Eugenia Meyer su apoyo académico en nuestra formación dentro del método de la historia oral.

