

Cultura: extensión y conversación



Alejandro Benítez Aguilar

PARA INTRODUCIR NUESTRO TEMA

Hace 7 500 años en una cueva de la península de Baja California, un grupo humano dejaba uno de los registros más antiguos del arte en el continente americano. Usando pigmentos obtenidos al mezclar agua con minerales molidos y savia de las abundantes cactáceas de la región, dibujaron enormes figuras humanas, cuadrúpedos, aves y utensilios de caza. También hay trazos geométricos abstractos, como puntos y círculos.

Desde esos lejanos días en las cuevas han pasado milenios de larga marcha de la humanidad y el camino ha estado acompañado de la creación de aquello que difusamente englobamos en el concepto de cultura: nuestro lenguaje, creencias, formas de comunicar el mundo exterior y el igualmente vasto y complejo universo interior. Primero pintura, música y danza para transmitir mitos oralmente, nuestras primeras explicaciones. Después, con el dominio de las técnicas sobre los materiales, las mujeres y hombres produjeron cerámica, armas, adornos, juguetes, vestimenta, viviendas y, ya en los albores de lo que conocemos como civilización, arquitectura, escultura, pintura en superficies planas y utensilios más refinados para usos decorati-

vos. La evolución siguió y con el paso de los siglos la creación de productos culturales fue manifestando ideas cada vez más complejas, reflejo del proceso intelectual en marcha.

Nuestra época se caracteriza por la complejidad. El desarrollo tecnológico ha resuelto muchos problemas y ha planteado nuevos desafíos. Y la cultura sigue siendo el vasto espejo que refleja nuestras polícromas formas de ser.

Este ensayo versará sobre reflexiones en torno a un aspecto particular de los fenómenos culturales: cómo estos forman parte del proceso de humanización y pueden ser impulsados en articulación con procesos educativos. De manera general conoceremos esto como la extensión cultural, es decir, estrategias para llevar los beneficios de la cultura a grupos de población que, suponemos, se favorecerán con estas acciones.

Este texto es para compartir experiencias, reflexiones y argumentos sobre la extensión cultural. De acuerdo a su intención divulgativa, no es un trabajo académico de ciencias sociales, con el estilo narrativo en ocasiones árido y la panoplia de citas bibliográficas de colegas en el Sistema Nacional de Investigadores. Es un texto difusivo que, sin perder amabilidad, pretende un rigor reflexivo. Busca guiarse por el estilo de escritura de autores como Alfonso Reyes. El estilo del escrito es anecdótico y pedagógico, abierto a la discusión.

Si bien el ámbito geográfico de nuestras reflexiones es el de nuestro país, me parece necesario incluir breves, pocas y pertinentes alusiones a marcos de referencia internacionales, para ampliar y enriquecer nuestra mirada, pero sin perder el foco hacia lo mexicano.

La idea toral que cruzará este trabajo es la de la conversación intelectual como medio privilegiado para dinamizar la extensión cultural. Por conversar entenderemos el acto de compartir, entre personas o grupos humanos asumidos como equivalentes, la riqueza de los hallazgos intelectuales que se encuentran en la cultura. Supone una actitud de apertura, generosidad y curiosidad compartida. La tesis no es nueva, pero me parece que no ha

sido suficientemente asumida en las políticas de extensión, y por eso intentaré aportar evidencia pertinente de su utilidad.

En 1486 un joven de 23 años —la edad en la que la mayoría de nuestros universitarios están terminando sus carreras— escribió un extenso documento que presentaba con apasionada retórica y meticulosas argumentaciones un amplio compendio del saber humano de su tiempo. Las *Conclusiones filosóficas, cabalísticas y teológicas* (el “Discurso sobre la dignidad del hombre” y las 900 tesis que le siguen), de Giovanni Pico della Mirandola (1463-1494), fueron redactadas para abarcar, desde una fundamentación filosófica, todo el conocimiento que el precoz sabio italiano había adquirido leyendo los clásicos latinos y griegos en sus fuentes originales, además del saber de los autores árabes y hebreos. El joven Pico era como una Wikipedia de su tiempo y, con la fogosidad propia de su edad, lanzó el desafío público de pagar los viáticos a cualquier intelectual que viajase a Roma para discutir sus tesis.

Tales debates no ocurrieron porque las autoridades eclesiásticas le pusieron el ojo a sus provocadoras ideas (no hubo necesidad de pagar viáticos, porque eran miembros de la curia romana) y objetaron varias de ellas, por la pretendida síntesis del autor que conciliaba el saber teológico oficial con las vías de conocimiento propuestas por los filósofos clásicos e, inclusive, los sabios musulmanes y judíos, vistos con mucha suspicacia por los censores eclesiásticos. Pico, ávido lector desde su infancia, había desarrollado una visión que buscaba integrar las distintas esferas del saber. Accedió a reformular algunas de sus tesis, según le pidieron las autoridades, pero no se desdijo de su intención original y fue lo suficientemente prudente como para poner distancia y refugiarse a la sombra de Lorenzo de Médici, amigo de intelectuales y protector de las artes. Hoy, el “Discurso sobre la dignidad del hombre” es considerado el manifiesto del humanismo renacentista, y no sólo puede leerse en su versión original editado en varios idiomas, también puede descargarse como *podcast*, inclusive en español.

Después de 500 años, el renacimiento es considerado una de las etapas más brillantes en la historia de Occidente por sus alcances en la creación y promoción de la cultura. El mismo espíritu que animó a Pico della Mirandola permeó entre escritores, artistas e inclusive políticos, como los Médici, para fundamentar en una sublime idea del hombre los logros técnicos y artísticos que hoy son legado de toda la humanidad. El pensamiento renacentista es un referente de lo que la creatividad humana puede alcanzar al crear cultura. Sin dejar de ver las contradicciones violentas entre el refinamiento artístico y lo brutal de muchas prácticas de la época —lo cual prácticamente es común en todas las sociedades humanas—, nos enfocamos en esta elevada idea de Pico y sus coetáneos: la búsqueda de una síntesis racional entre las expresiones humanas. Éste bien podría ser uno de los rasgos dinamizadores de la extensión cultural, como veremos a lo largo de este trabajo.

Conviene analizar algunas ideas para definir referentes mínimos sobre lo que es la cultura y si es que en su naturaleza reside el ser un conjunto de entidades que deba ser promovido para llegar al mayor número de personas, pues pareciera, si nos atenemos a observaciones generales, que el mundo de los bienes culturales es ajeno a la mayoría de la población si consideramos las estadísticas de consumo de libros, cine de calidad, música de concierto o artes plásticas, a las que nos referiremos más adelante.

Uno de los ensayistas mexicanos contemporáneos de mayor renombre y solidez argumentativa es Gabriel Zaid, quien —entre diversos intereses— ha abordado el tema de la cultura desde hace varias décadas, y lo ha investigado bajo distintas perspectivas. Ingeniero de formación profesional, empresario y poeta, cuenta con un agudo método para sus reflexiones y el mundo del lenguaje le brinda una valiosa fuente para sus análisis. De él tomamos las siguientes indagaciones.

El término *cultura*, en las lenguas de cuño indoeuropeo, proviene de la raíz *kwel*, que originó muchas palabras en latín, entre ellas *colo*, que significaba en la antigüedad romana cuidar, principalmente el campo, es decir,

cultivar. Lo que se encontraba en estado natural transformarlo mediante la acción humana en algo habitable, que brindara alimento y espacio para la productividad y la convivencia. De los prados salvajes al campo agrícola, el viñedo o la finca.

El filósofo Cicerón, en el siglo I antes de nuestra era, le da un sentido figurado al término y escribe que el espíritu humano, como la tierra, necesita cultivo para acrecentar sus facultades. Propiamente, esta idea fundamentó el interés de los sabios romanos en conocer el legado griego, pues reconocieron en su modelo de civilización valores que trataron de adaptar a su forma de gobierno, educación y, como diríamos ahora, proyecto de nación. Porque se sentían, como escribe Zaid en un artículo, continuadores de lo mejor del pasado: lo tomaban como ejemplo y —por lo tanto— lo estudiaban con seriedad.

Reconocemos aquí uno de los principales rasgos del concepto actual de cultura: el conocimiento de la historia no con el fin de poseer información enciclopédica, sino para usar esa sabiduría anterior tratando de entender cómo las ideas evolucionan, cambian a las sociedades y sirven en cierta medida para explicar el presente.

El renacimiento, al que aludimos al inicio del texto, retomó este interés por la antigüedad clásica que se había perdido en el medievo, y lo aplicó con esmero. Pico della Mirandola es sólo un ejemplo, notable ciertamente, pero sabemos que no sólo las letras sino prácticamente todos los campos del saber aplicaron este método de dialogar con los clásicos para crear nuevos conocimientos.

El concepto de cultura en nuestro idioma toma forma hasta el siglo XVIII, basándose en la definición latina y su descripción metafórica, aludiendo, además de la definición original del trabajo en el campo, al estudio, meditación y enseñanza que perfeccionan los talentos del hombre.¹

¹ G. Zaid desarrolla con magistral detalle estas reflexiones en varios artículos publicados en la revista mexicana *Letras Libres*, particularmente de los números 94 y 103, ambos disponibles en Internet.

Hoy, nuestro concepto de cultura no sólo abarca el cultivo individual de las facultades humanas, sino que se aplica también, tomando rasgos de la definición de civilización, a varios niveles que van desde lo social hasta el campo de los valores individuales. Comprende los sistemas de creencias, expresiones simbólicas, lo que se aprecia y lo que no y, en general, aquello que los grupos humanos producen y reproducen todos los días, dotándolo de sentido.

Las múltiples y discutibles definiciones actuales de lo que es cultura no son materia de este escrito. Nos ceñiremos a algunos rasgos que nos ayuden a identificar los qués y cómos de la extensión cultural.

Podemos entender que las manifestaciones artísticas son, de manera general, el vasto conjunto de materias y objetos que representan la creatividad e inteligencia humanas con un carácter lúdico, a diferencia de la ciencia, que tiene como propósitos ampliar y ahondar el conocimiento sobre la realidad y aplicarlo para el mejoramiento de la vida. Es en esta restricción del concepto cultura que se abocan las tareas de extensión, entendida como la difusión, propagación o diseminación de estas actividades a la mayor cantidad de públicos posible, conforme a una estrategia pertinente. Esta pertinencia le es otorgada por las características de la actividad a difundir y el público al que va dirigida. Ambas variables condicionan los medios y recursos que se emplearán y, muy importante, la evaluación de los resultados.

Con lo que hemos dicho antes sobre el concepto original de cultura no debemos perder de vista entonces que, si bien la extensión cultural se ceñirá a las expresiones artísticas, tanto las clásicas como las contemporáneas o de reciente cuño (pensemos en el cine o las artes digitales), debe mantenerse el propósito primario de contribuir a la elevación de la calidad humana, es decir, el propósito aparentemente intangible de ennoblecer las cualidades morales de la persona. Esta es la premisa que en el fondo permeaba aquel discurso sobre la dignidad humana de Pico della Mirandola. El hombre, escribía, es el único ser al que le ha sido dado convertirse en lo que

desea. Si cede a sus impulsos básicos vivirá como si fuera un animal, pero si cultiva el intelecto y aumenta su sensibilidad a través del perfeccionamiento moral, alcanzará lo que le es propio. En el lenguaje del cristiano Pico, esto equivalía a la divinidad. Hoy es apropiado llamarle dignidad humana. Y a esto es a lo que puede contribuir sustantivamente la extensión cultural.

La lectura es la palanca de muchas de las acciones de difusión cultural. Por ella empezaremos, y le dedicaremos mayor espacio en este ensayo, porque su ejercicio está ligado prácticamente a cualquier expresión artística y nos dará claves para entender el desenvolvimiento de otras actividades culturales y los fundamentos de propuestas para su impulso.

Durante 18 años Nelson Mandela estuvo preso en Robben Island, a 7 kilómetros de Ciudad del Cabo. Las duras condiciones penitenciarias, y sobre todo el aislamiento, eran el castigo que el gobierno sudafricano imponía a Mandela y otros líderes negros del movimiento antirracista en su país. A la prisión insular llegaban los condenados a cadena perpetua, forzados a picar piedra en la cantera y sometidos a constantes vejaciones. Sobre todo, eran tratados como menores, para demostrar la supremacía blanca. Cada convicto debía vestir con pantalones cortos y responder cada vez que un guardia le llamara: *iBoy!*

En Robben Island no se permitía que los presos leyieran ningún periódico, querían aislarlos de lo ocurrido en su país. Sin embargo, sí podían estudiar carreras técnicas a distancia y les autorizaban el uso de libros de texto. Con los paquetes llegaba *El correo de la Unesco* (revista mensual de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), publicación vista como insignificante por los celadores, quienes ni siquiera se tomaban la molestia de leer el contenido. Y en efecto, la revista, centrada en temas educativos y culturales, no presentaba propaganda política, pero sus artículos sí llevaban palabras mucho más preciosas para los prisioneros. Eran reportajes y ensayos que describían la diversidad cultural del mundo y la herencia compartida por todos los habitantes del planeta. A

través de la música, la literatura, la arqueología, las artes plásticas, el patrimonio de la humanidad enriquecía los ojos y las mentes de los prisioneros del *apartheid* y les hacía ver la validez de su lucha política y social. El mundo era un lugar mucho más grande que los límites de la cárcel y la estrecha mentalidad racista de su país. Al conocer el legado histórico de muchos países, tan valioso como las creaciones contemporáneas, Mandela y sus compañeros mantuvieron la fe en su proyecto y en medio de muy duras condiciones de vida conservaron la cordura y la esperanza. Años después de salir de prisión, cuando su entereza y la de miles de hombres y mujeres sudafricanos terminaron doblegando al *apartheid*, el primer presidente negro de su país recordaría lo valioso que fue contar con la difusión cultural de la publicación de la Unesco. Con la lectura de sus artículos supieron de las transformaciones que estaban lográndose en el mundo, con la educación y la cultura como palancas del cambio.

Un caso similar, por la talla internacional de la protagonista, fue el de Aung San Suu Kyi, Premio Nobel de la Paz en 1991. En Birmania, esta mujer fue la líder moral y política de la resistencia en su país contra la dictadura militar durante más de 20 años. Sufrió persecución política y arresto domiciliario, durante el cual inclusive no tuvo autorización de salir cuando su esposo falleció. En ese tiempo estuvo prácticamente aislada del exterior, como parte de la estrategia para doblegarla y descabezar su movimiento político de resistencia. Ella se mantuvo firme, pero en cierta medida —según dijo— fue la posibilidad de escuchar la radio de onda corta en un aparato que no fue decomisado por el ejército lo que mantuvo su espíritu alerta y firme, al conocer el desarrollo de los acontecimientos en otras partes del mundo. Su entereza guió a sus compañeros de la resistencia en Birmania y a la creciente opinión pública internacional en su favor, al grado de lograr poco a poco la flexibilización de la junta militar y la reincorporación de sus derechos políticos. Hoy ella ha recuperado su libertad y sigue encabezando la lucha democrática en su país.

Los casos referidos son muy ilustrativos para entender el papel que puede llegar a jugar la extensión de la cultura en la democratización de las sociedades. En ocasiones se difunde la idea de que la extensión cultural es un conjunto de actividades accesorias, dedicadas a la promoción de creaciones intelectuales o artísticas que aderezan la vida social, añadiéndole un valor superior como es el cultivo del espíritu. Esto puede ser cierto, pero no en menoscabo del papel fundamental que puede llegar a jugar la propagación de ideas tan fundamentales para la convivencia como la democracia o el respeto a los derechos humanos. Para los prisioneros de Robben Island, conocer los enormes esfuerzos políticos, financieros y académicos que supuso el rescate de la zona arqueológica de Abu Simbel, en Egipto, seguramente les ayudó a valorar la riqueza inherente a los hallazgos sobre la historia, y por ende, a entender los ciclos temporales que tarde o temprano les llevarían a alcanzar el éxito en sus propias luchas. Difundir la cultura es abrir posibilidades para imaginar otras realidades y proyectos de convivencia que pueden ser obtenidos movilizando recursos y voluntades.

Las humanidades en el siglo XXI, a mi juicio, no buscan diseñar un solo esquema de lo que es ser humano, sino más bien ayudar a que cada individuo reconozca en sí mismo su potencial de humanidad, lo cultive (haga cultura) y le permita crear la mejor versión de sí mismo. Esto es especialmente significativo en un país como México, verdadero mosaico de culturas originarias y que por su posición geográfica se ha convertido en cruce de caminos a lo largo de cinco siglos.

Cuando reflexionamos sobre el sentido de la extensión cultural es útil referirnos a sus medios concretos: los recursos, objetos materiales y acciones con los cuales se realiza la extensión. Es aquí donde ocupan un lugar especial —por su carga simbólica— los libros, el objeto más maleable y universalmente reconocido como transmisor de conocimientos. Su papel a lo largo de la historia no puede ser disminuido, ya que el registro escrito



de las ideas es uno de los parámetros con que se calibra el grado de civilización de un pueblo.

Entre las tablillas de arcilla de los sumerios hasta las tabletas electrónicas contemporáneas hay una curiosa similitud en forma y tamaño. Ambos instrumentos contienen pensamientos escritos con posibilidad de ser leídos para quien sepa hacerlo. En medio está una larga lista de objetos que han servido para la difusión de ideas y, curiosamente, tanto las palabras como las imágenes han sido complementos muy eficaces, lo que habla de nuestra facilidad para adquirir información usando ambos sistemas de comunicación. Pensemos en los ejemplos más destacados de la antigüedad: los papiros egipcios, los delicadamente decorados pergaminos chinos, los códices prehispánicos —ciertamente más cargados hacia el lenguaje pictográfico— y los exquisitos libros medievales, profusamente decorados por los monjes en los conventos. Sabemos que estos ejemplares se hacían uno por uno y que la invención de la imprenta marcó el auge de las publicaciones, porque podían hacerse a mayor velocidad, facilitando su circulación y, por supuesto, la de las ideas contenidas.

Del siglo XVI al XX el libro impreso fue el símbolo por excelencia de la difusión cultural. Permitieron la discusión abierta tanto como el adoctrinamiento vigilado por la censura eclesiástica o política. El estudio estuvo vinculado estrechamente a su posibilidad de consulta y posesión. La cultura había encontrado su más ágil aliado, al grado que los grandes cambios sociales de la modernidad fueron acunados por la discusión suscitada por los libros.

Productos análogos a los libros fueron los periódicos y revistas que surgieron en la segunda mitad del siglo XVIII, y fueron creciendo durante los 150 años posteriores para convertirse en difusores de nuevas ideas con una agilidad mayor a la de los libros, por su velocidad de producción. El formato era distinto, pero las centurias de práctica en la comunicación escrita les otorgaron un carácter que, aunque nuevo, nacía acunado por las capa-

cidades de estilo y profundidad procurados en la literatura. Esto explica por qué muchos autores del siglo XIX podían tanto publicar libros como escribir en periódicos y —más común en el siglo XX— también en revistas. Así se comunicaban las reflexiones sobre los cambios producidos por la revolución industrial y el surgimiento de la cultura moderna, y al mismo tiempo, los propiciaban.

La lectura estuvo desde entonces asociada al perfil de la persona culta. Leer y escribir se convirtieron en las marcas de referencia de los grupos sociales que buscaban elevar su nivel cultural. Muy lejos sonaban ya los tiempos medievales cuando sólo los personajes eclesiásticos eran capaces de descifrar textos ajenos y producir los propios. Paulatinamente se asoció esta capacidad a los rasgos que definían al hombre moderno, y por eso se realizaron ingentes esfuerzos para enseñar a todos a leer y a escribir, en especial en el siglo XX, cada país a su ritmo, según fueron emprendiendo tareas de modernización.

Con esta carta de ciudadanía en la esfera cultural, el libro ha gozado de una reputación prácticamente incuestionable, que ha transmitido a sus productos e instituciones relacionados: prensa, bibliotecas, librerías, editoriales, gremios de literatos profesionales, periodismo y acervos de publicaciones impresas de todo tipo. En el siglo XX se emprendieron campañas masivas de alfabetización, entendida como condición sin la cual no era posible la formación de personas instruidas y de sociedades cultas. Esto explica que aún en nuestros días se le confiera un carácter casi religioso a la lectura asociada al nivel de desarrollo de los pueblos. Por eso uno de los indicadores culturales que suelen referirse con mayor frecuencia es qué tantos libros se leen en promedio en un país. En el caso de México nuestra queja más difundida al respecto es que leemos pocos libros, y cuando se lee se trata de títulos de menor relevancia, escritos con la mera intención comercial de alcanzar miles de ventas, en aparente detrimento de la calidad. Es también lugar común afirmar que la lectura más bien se realiza en

publicaciones periódicas irrelevantes, como las que difunden noticias de espectáculos y otros productos de la cultura de masas.

Cualquier recorrido por una tienda de autoservicio o departamental, mecas de la comercialización contemporánea, nos permite ver la gran cantidad de títulos disponibles, tanto de libros como de revistas. Y si bien la variedad no es tan extensa como en una librería, sí es posible encontrar lo mismo clásicos de la literatura que *best sellers* de narrativa juvenil o de autoayuda. Y en las revistas la variedad es similar. En cualquier supermercado se pueden comprar publicaciones sobre chismes de las estrellas lo mismo que revistas de análisis político y cultural. Convengamos en que la exposición al público puede no ser la misma, pues en el punto de venta más codiciado por los proveedores —la línea de cajas— habrá más títulos del primer grupo que del segundo, pero sin duda se encuentran ahí, entre una portada con actrices de telenovela y otra con cantantes adolescentes.

Y es que nuestra cultura de masas, aquella que preocupa tanto a Mario Vargas Llosa por su naturaleza banalizadora, se caracteriza por una saturación de la oferta en detrimento de la calidad. Sin embargo, ésta no deja de estar ahí, lista para ser disfrutada por los espíritus curiosos. Esta es la clave para seguir detonando el potencial de la lectura como medio de extensión cultural. En un conmovedor capítulo de su novela *Tarzán*, Edgar Rice Burroughs describe a su protagonista aprendiendo a leer de forma autodidacta. Es el único humano en su territorio, ha logrado sobrevivir en su tribu de simios con dolorosas lecciones que lo han dotado de habilidades animales y muestra rasgos de inteligencia superior que le permiten aprender a usar mejor los recursos de su entorno. Un día descubre el refugio que ocuparon sus padres hasta su muerte, donde él nació. Con curiosidad de mono hurga entre los baúles y muebles que sus padres rescataron del naufragio, y entre otras cosas descubre libros. Por supuesto no sabe qué son, los muerde, juega con ellos, pero paulatinamente algo les ve diferente. Burroughs pone en su héroe una semilla de inteligencia humana que le permite barruntar

que los bichejos oscuros inmóviles, pegados a las superficies amarillentas, tienen alguna función. Durante semanas Tarzán los ve, se aburre de ellos y luego regresa a mover esas páginas, hasta que un día descubre que los bichejos son parecidos, que se repiten y no son infinitos. Y es más, que cada uno de ellos se agrupa con otros en secuencias cortas o largas. Y luego los ve junto a dibujos de animales que conoce. Él nunca ha visto una ilustración, una representación del mundo natural, pero esa inteligencia básica, en la visión del autor, es la que hace a Tarzán aprender una forma muy rudimentaria de lectura y escritura. Esto le permitirá, unos capítulos después y tras devorar —no literalmente— la pequeña biblioteca de la cabaña, entablar comunicación con un soldado francés, quien tras superar su asombro ante esa magnífica criatura mitad animal, mitad hombre, le enseñará a hablar. ¡Ah!, porque sí, el hombre-mono de la literatura, las historietas, el cine y la televisión, tuvo el francés como su primera lengua, a pesar de ser hijo de un lord inglés.

Este comentario sobre una novela hoy poco difundida, pero que creó uno de los personajes más entrañables de la cultura de masas de la primera mitad del siglo XX, nos sirve para valorar el papel de la curiosidad en la diseminación de la lectura. Burroughs escribió estas escenas sin mucho conocimiento de la neuropsicología del aprendizaje, pero quiso resaltar cómo la lectura es lo que permite a Tarzán, simio sin pelo (el mono desnudo de Desmond Morris), adquirir lenguaje y convertirse en hombre. Quizá esta misma intuición está en la base de nuestros esfuerzos por abanderar la extensión cultural con la práctica de la lectoescritura.

Hay suficiente material para leer. No todo lo disponible es igual de bueno. ¿Cómo hacemos para revigorizar esta práctica, que no es panacea pero sí de gran ayuda en la formación humana? Recientemente conversé con alumnos de un bachillerato público en Puebla, ubicado en una colonia popular y con altos índices de marginación. Nada anormal en ellos. Calificaciones de buenas a regulares, gusto por la música, el cine y las historietas

japonesas. La charla giraba en torno a sus aficiones y, en particular, a si les gustaba leer. Todos contestaron afirmativamente y además citaron varios títulos de ficción en el género fantástico, ninguno conocido por mí. Al pre-guntarles por obras de lo que podríamos definir como el catálogo básico de literatura universal, desde la *Ilíada* hasta los cuentos de Wilde, no to-dos los habían leído, pero manifestaron conocerlos por título e inclusive expresaron deseos de leerlos porque alguien se los había recomendado. Esto no era un dato estadístico relevante, pero me llamó mucho la aten-ción lo que me contaron cuando les pregunté por qué les gustaba leer. Por entretenimiento, por placer, porque les parecía divertido y una aportó un dato que fue confirmado por sus compañeros: un profesor, ya viejo, de esos jubilados que no dan ninguna materia en particular y que mandan a los salones cuando falta uno de sus colegas, para mantener a los chicos en el aula, acostumbraba leerles novelas en voz alta. Sobre todo de autores mexicanos. Y sí, había muchachos que se aburrían o jugueteaban, pero otros, varios, escuchaban. Y preguntaban. En opinión de los alumnos con los que platicué, la figura de ese maestro había sido clave para impulsar su curiosidad hacia la lectura. Les infundía un respeto amable hacia los libros y lo recordaban con cariño. El lazo afectivo que se estableció entre el saber y la lectura seguramente perdurará por mucho tiempo en estos jóvenes bachilleres independientemente del rumbo que tomen sus vidas.

De modo que las intensivas campañas de promoción de la lectura que cíclicamente inundan los medios no sobran, pero tampoco necesariamen-te faltan o dan en el blanco. Hace unos años el mensaje era —Lee porque te hace mejor persona—, hoy es —Lee porque fulana (curvilínea cantante) o zutano (deportista millonario) también leen—. Y es más, lo hacen con sus hijos 20 minutos al día. Quienes leen por gusto no sólo lo hacen en sus hogares, también en el transporte público, inclusive en estos tiempos de reproductores digitales y audífonos. No son muchos, pero quienes usa-mos metro y camiones constatamos que en los viajes de cierta longitud



en algún momento se sube o se baja alguien que hizo su recorrido menos cansado y más entretenido: leyendo.

Parece entonces que tenemos una masa crítica de lectores que tal vez no aparezcan estrepitosamente en las estadísticas de consumo cultural, pero están actuando y son susceptibles de convertirse en receptores y difusores de las propuestas de extensión cultural.

Generalmente, los establecimientos asociados a los libros son las librerías y las bibliotecas. Estas últimas son un reducto de la cultura escrita y no parecen ser particularmente atractivas para los lectores. En el siglo XX se emprendieron campañas —con distintos niveles de profesionalización y éxito— para abrir bibliotecas en núcleos poblacionales diversos. De las 60 bibliotecas públicas que había al iniciar la centuria, se pasó a poco más de 7 200 a finales de siglo. A éstas, podemos sumar las 851 000 bibliotecas de aula que ha promovido la Secretaría de Educación Pública y las que presumiblemente existen en cada centro de educación superior, públicos y privados, que alcanzarían cerca de 2 000, considerando el auge de estas instituciones en la última década. En sí no son números malos, considerando los poco más de 115 millones de mexicanos que somos, la mayoría viviendo en núcleos urbanos. Otro asunto es la cantidad de libros disponibles en cada una. Según cálculos de Gabriel Zaid, este número rebasa los 172 millones de obras. El mismo autor compara el dato con los volúmenes disponibles en bibliotecas de Estados Unidos, y la desventaja es evidente. Allá se alcanzan 816 millones de libros.

Más allá de la danza de las cifras y las reflexiones que susciten sobre cómo engrosar los acervos en cada punto de lectura, concentrémonos en cómo aprovechar lo disponible. La idea de tener libros en las escuelas es positiva, pues muchos hogares mexicanos pueden carecer de la variedad o cantidad de títulos para niños o menores de edad. El mismo Zaid sugiere añadir redes de bibliotecas en lugares donde la gente ya de por sí lee, como son las peluquerías o salones de belleza, sobre todo en colonias po-

pulares. Imaginemos que, además de las numerosas revistas de modas o espectáculos (otra vez), estuviera un pequeño librero bien organizado con títulos atractivos, tanto de ficción como de ensayos ligeros. La propuesta de Zaid rescata un punto nodal sobre el que deseo abundar: el poder de la conversación. No es lo mismo poner libros sin más, que tener una especie de bibliotecario voluntario que comente los libros y los recomiende. Imaginemos esta escena en un salón de belleza del país. Mientras Jenny le pone luces a la señora Vale, le pregunta cómo está ese libro que lee, supongamos *Madame Bovary*. La señora le cuenta lo que lleva leído, aderezándole el relato con la complicidad que suele darse entre mujeres en estos lugares. La señora de al lado, que espera a que se seque la manicura, escucha y comenta sobre *cierto libro* que le recomendó una amiga de una prima, llamado “*Cincuenta sombras... de algo*”. Las demás asistentes y empleadas del lugar paran la oreja y la conversación se anima con los comentarios, preguntas y bromas de unas y otras. No comparo el libro de Flaubert con el *best seller* de E. L. James. El tiempo dirá si en 100 años aún se habla de éste último como se hace hoy de *Bovary*, pero lo relevante es cómo la lectura es un hecho social, que se dinamiza con el concurso de las personas.

Poner muchas bibliotecas, aún cuando tengan amplia variedad de títulos, puede ser menos efectivo que aprovechar la interacción humana para promover la lectura. A final de cuentas leer es algo que principalmente se realiza de manera individual (ya hablaremos más adelante de la lectura colectiva), pero promovido por las recomendaciones —o prohibiciones— que nos hacen otros.

Esto es lo que a mi juicio ha faltado en las masivas campañas de promoción de lectura, difundidas sobre todo en medios impresos. Vemos lindas fotografías de personas muy conocidas por su presencia televisiva, desde políticos hasta luchadores y, por supuesto, muchos cantantes y actrices. Todos sostienen libros, que no sabemos cuáles son, pues no tienen nada escrito en el lomo o en la portada. Eso sí, lucen como tomos muy serios,

con ribetes dorados, parecidos a esos libros de utilería que decoran las tiendas de muebles o los despachos de algunos abogados. En los videos de la misma campaña, durante 21 segundos, esos mismos famosos nos invitan a leer porque estimula la imaginación, es divertido, abre puertas a mundos insospechados, etcétera, etcétera, pero no nos convidan sus lecturas concretas, cuáles les conmovieron o impresionaron.

Una cadena departamental emprendió una campaña parecida con dos innovaciones. En sus propios carteles de famosos leyendo, sí incluyó libros reales, no de utilería. Y colocó estos carteles en las puertas de los baños en sus establecimientos. Llama la atención la campaña por dos factores. El primero es que esta empresa se caracteriza por tener una muy bien surtida sección de libros y revistas, y la facilidad con que los visitantes pueden hojear e inclusive leer por largos ratos los ejemplares destinados a la venta. El segundo es que, por circunstancias no exclusivas de la cultura mexicana, la intimidad del retrete propicia en mucha gente la práctica lectora. Hay casas que inclusive han convertido este recinto destinado a la higiene en pequeñas bibliotecas. Con todo, no se cierra el vínculo entre el promotor de la lectura y el destinatario al no invitar directamente a experimentar por cuenta propia lo que estos hipotéticos lectores han vivido.

Aquí entra la experiencia del compartir como palanca de la extensión cultural, a la que nos seguiremos refiriendo en este escrito con otros ejemplos. Es la expresión de la conversación que describe Gabriel Zaid cuando comentamos el concepto de cultura. Pensemos un poco en nuestras propias experiencias. Es frecuente que lo que leemos sea lo que nos recomendaron de manera directa o indirecta —a través de reseñas—, y esto dinamiza la avidez por nuevas lecturas. Fue muy significativo que al estar haciendo notas para este ensayo, una tarde en un café conversé con una dependiente que leía *Pedro Páramo* en su receso. La breve charla sobre el título que estaba leyendo me permitió saber que, en ocasiones, una compañera suya en el café le leía también fragmentos de la novela, para expli-

cárselos, y a su vez le recomendaba otros libros. Esta colega en cuestión se incorporó a la plática y fue evidente el entusiasmo de ambas por compartir su gusto hacia la lectura con un desconocido cortés y curioso. Por supuesto, terminamos intercambiando recomendaciones de lecturas.

Lo anterior es más evidente cuando pensamos en las lecturas en voz alta que se acostumbran en muchas librerías y que son, a mi parecer, una de las mejores estrategias de extensión cultural de fácil implementación. Generalmente se dirigen al público infantil como medio para despertar su gusto literario, pero no hay razón para no realizarlas con jóvenes o adultos, en espacios como las cafeterías de las escuelas, el transporte público o la radio.

Quizá sea bueno dejar de burlarnos de los dislates o incapacidad de los congresistas para citar correctamente los tres libros que más han influido en su vida, para mejor concentrarnos en lo que cada uno sí puede hacer para recomendar lecturas interesantes a otros con quienes cotidianamente nos encontramos. Recuerdo el comentario que me hizo una profesora al entrar a una sala de juntas en una oficina de gobierno, donde estaba colgado el retrato oficial del gobernador. El mandatario posa en una biblioteca, con una gran colección de libros antiguos al fondo. —Y esos libros, ¿los habrá leído el señor?—, me comentó con sorna. Ella y yo sabíamos que probablemente no, pero luce mucho tomarse una foto en una biblioteca de rancio abolengo. Poco después supe que esta docente prestaba libros a una vigilante cuya labor mayoritariamente consiste en estar sentada y llevar el registro de quienes visitan nuestra oficina. Con frecuencia vemos a esta joven mujer leyendo, y la última vez las escuché conversar sobre qué les había gustado de *El Zarco*, la novela de Altamirano. Extender la cultura es actualizar el potencial de la conversación. Son acciones concretas en manos de la gente.

Las reflexiones sobre la lectura sirven para esbozar un marco de análisis aplicable a las otras manifestaciones artísticas que son materia de la extensión cultural. Para tener un cuadro general sobre el estado de la cues-

tión, es útil conocer uno de los instrumentos para el diseño de las políticas culturales en México: las encuestas de consumo cultural. El último ejercicio de este tipo a escala nacional se publicó en 2010, en el marco de las conmemoraciones por el bicentenario de la independencia y el centenario de la revolución. La gran cantidad de datos e información analizada validó algunas de las intuiciones y lugares comunes más difundidos cuando se comentan estos temas. Por ejemplo, la zona arqueológica de Teotihuacán fue señalada por los mexicanos como el sitio favorito para el turismo cultural. El cine es el sitio de entretenimiento más popular, con 75% de la preferencia entre los encuestados, ubicación muy distante de 36% que va al teatro o 17% que ha acudido a alguna exposición de arte.

Cada una de estas manifestaciones culturales ha sido objeto de estudio para diseñar propuestas que mejoren su difusión. La oferta en sí misma es realmente abundante, basta mirar las decenas de inserciones publicitarias que aparecen en periódicos y revistas de circulación nacional, las carteleras omnipresentes en nuestras ciudades anunciando semanas de la cultura, eventos artísticos, presentaciones de *ballet* o música. La señal de las televisoras culturales metropolitanas llega vía servicio de paga a la mayor parte del país y es gratuita en el mayor conglomerado urbano de la república. Además, aunque con menor potencia que las radios comerciales, existen radios culturales a lo largo y ancho del país. Y no dejemos de lado Internet y su relativa ubicuidad a través de computadoras y teléfonos móviles, que si bien es usado fundamentalmente con fines recreativos, la oferta cultural —en español y otros idiomas— está igualmente disponible y de manera gratuita en un volumen como nunca antes en la historia.

Acceso a las actividades culturales, pues, existe. ¿Por qué entonces compartimos la percepción de que algo (o mucho) debe hacerse para mejorar la oferta?

Así como la lectura, según explicamos con cierta amplitud, es un fenómeno social cuyo éxito radica en buena medida en el contagio por otros

lectores que despierta la curiosidad (Tarzán, a final de cuentas, es ficción), el acercamiento a las manifestaciones artísticas puede beneficiarse de un efecto similar. El punto nodal, me parece, radica en la percepción que los responsables de la extensión cultural tienen de su público. Aún predomina una visión en la que los beneficiarios de las acciones de extensión son mirados como sujetos pasivos a los que hay que llevarles la cultura, como en una especie de cruzada o misión. En sociedades como la nuestra, donde los procesos de ciudadanización son relativamente recientes, la cultura política aún es de esperar a lo que el mandatario o los gobiernos accedan a dar. En el mejor de los casos se han aprendido los mecanismos para negociar con autoridades y obtener beneficios inmediatos para ciertos grupos, a cambio de apoyar a quienes detentan algún poder. Son afirmaciones evidentemente generales, pero que en cierto modo explican los modos de relacionarnos como sociedad civil con los actores políticos que temporalmente detentan algún nivel de autoridad, ya sea en el gobierno, las empresas o las instituciones educativas.

No es extraño entonces que la dinámica de la extensión cultural, en general, se diseñe también con este sentido vertical. Entran aquí en juego tres visiones sobre los sujetos a quienes se dirige la extensión.

En un nivel se trata de usuarios de los servicios ofrecidos por los promotores de cultura. Es el llamado público. Un grupo a veces enorme, amorfo y difícil de identificar (pensemos en los conciertos gratuitos en el zócalo de la ciudad de México) o en otras ocasiones más selecto, ubicable e inclusive predecible en sus preferencias (aquí el centenar de actividades en galerías de artes plásticas de vanguardia). En la mayoría de los casos las actividades se organizan para ellos, siguiendo las tendencias de la moda y el comercio. Por eso vemos a los mismos artistas tanto en la Cumbre Tajín como en un festival cultural fronterizo, una zona arqueológica o en un concierto organizado por una universidad para inaugurar un estadio. Y es aplicable lo mismo a intérpretes de música popular que a cantantes de ópera. Sin calificar

la calidad de estas actividades, entendemos que el éxito de estas acciones se mide por la afluencia del público. Mero volumen.

Este mismo criterio se aplica para exposiciones de artes plásticas o escénicas. Están dirigidas a usuarios, más bien pasivos (en el sentido de que sólo son receptores de la acción), que pueden acudir o no a la actividad, pero como no se espera de ellos más que acudan y, en el mejor de los casos, registren su nombre en el libro de visitas, la labor de extensión queda realizada, independientemente de sus resultados.

Para romper la dinámica anterior me parece útil darle un concepto distinto al receptor de la extensión cultural. Pasar del público-usuario a una categoría que ya se maneja, pero con cierta connotación negativa: me refiero al consumidor. Arriba nos referimos a la encuesta de consumo cultural y pareciera que al hacerlo da lo mismo si hablamos de galletas, refrescos o libros. El papel del consumidor puede ser revalorado para que adquiera un significado más virtuoso. En efecto, si pensamos el consumo como un acto igualmente pasivo que el ser usuario o público, es fácilmente equiparable la asistencia a actividades culturales con el consumismo de bienes o servicios superfluos. Sin embargo, desde hace varios años viene tomando carta de ciudadanía en nuestras naciones una forma de entender al consumidor como agente responsable de sus decisiones, con capacidad crítica para conocer y seleccionar los productos que adquiere y con ello premiar al proveedor que mejor alcanza sus expectativas.

Este ha sido el foco de la educación para el consumo que se realiza en el ámbito comercial y que puede ser trasladable al mundo cultural. Entender a los usuarios como consumidores que deben ser satisfechos encauzaría los esfuerzos de los productores de actividades culturales, evitando aquellas que pueden no ser del interés de la gente.

Evidentemente, nos preguntaríamos si el tema va a ser sólo de demanda regulando la oferta, ¿cómo va a tener el consumidor acceso a nuevas propuestas? ¿No se incentivaría así un modelo reducido de opciones, dado

que la gente tiende a moldear sus gustos por lo que encuentra en los medios masivos de comunicación?

Encuentro, en primer lugar, que sería ocioso pretender rivalizar con los grandes consorcios del espectáculo, principalmente televisivo. Las personas no van a asistir a más conciertos de música mexicana de cámara o a leer más libros en lugar de ver las eliminatorias de un torneo de futbol o el final del concurso de baile de los domingos en horario triple A. Nuestra época está marcada por la diversidad, a veces saturada de ofertas de entretenimiento, y esto no lo vamos a cambiar con una propuesta de extensión cultural de muy alta calidad. Lo que sí es posible —y se debe hacer— es aprovechar una característica de los hábitos contemporáneos, que es la diversidad, tanto de gustos como de objetos que llaman la atención para nuestras distintas necesidades.

Pensemos en cuántas posibilidades y opciones de bienes y servicios tenemos por lo común durante un día. Desde las estaciones de radio al despertarnos hasta los productos que vemos en los anaquellos de las tiendas, pasando por las decenas o cientos de interacciones que realizamos a través de los teléfonos celulares o las computadoras. No digo que todo lo que aparece frente a nosotros tenga la misma calidad, pero la variedad es la gran característica de nuestro tiempo, para bien y para mal.

Juguemos entonces con esto de manera virtuosa para la extensión cultural. Varios gestores de esta esfera, tanto del ámbito público como empresarios privados, han incursionado con éxito en formas distintas que crean un consumidor informado, y con ello pasa a otro nivel, el del conversador.

Y ya sea que hablemos de la extensión cultural de música, literatura, artes escénicas o plásticas, en nuestra época contamos con una poderosa herramienta que, paradójicamente, para muchos se ha convertido en el principal enemigo de la cultura: la pantalla.

Televisión, computadoras y teléfonos celulares son vistos con mucha suspicacia cuando hablamos del campo educativo y cultural. Por supuesto,

existen desde hace varios años productos hechos ex profeso para estos medios con la intención de transmitir cultura. Desde los canales de televisión abierta hasta la posibilidad de descargar audios o videos a nuestro teléfono para saber *qué pasó aquí* cuando estamos en un sitio histórico. Sin embargo, percibo aún una especie de recelo natural hacia las pantallas por parte de los responsables de extender la cultura.

Me parece que si comprendemos las muy complejas y variables interacciones que se suscitan cotidianamente entre los llamados *nativos digitales*, y nos aventuramos en este espacio poblado de megabytes, pixeles y aplicaciones, tenemos una gama de recursos de extensión muy amplia que podemos usar a nuestro favor.

Se trata, a mi juicio, no sólo de *poner cosas en Internet*, es decir, difundir las carteleras de actividades del mismo modo como se pegan en los muros de las universidades o se pagan inserciones en periódicos; o abrir cuentas de Facebook o Twitter para escribir lo que ya se pone en la gaceta cultural, y después de eso dedicarse a juntar —me gusta— o seguidores para llegar a los mágicos miles de fans que justifiquen la difusión en línea.

Para poner la extensión cultural en la escena del universo 2.0 se deben vivir las dinámicas de la generación de las pantallas. ¿Pero cómo hacerlo, si la mayoría de los que estamos en esto no nacimos con el chip integrado y las manos antropométricamente diseñadas para teclear o deslizarse sobre un cristal interactivo? Con arrojo, apertura y curiosidad, características básicas de la cultura, como tanto hemos insistido.

Si los consumidores-usuarios-potenciales conversadores de la extensión cultural son primordialmente los jóvenes y niños, en tanto que estos integran las generaciones que queremos educar para el mejoramiento de la sociedad, es crucial tender puentes de comunicación acordes con sus dinámicas. Éstas están en la actualidad sesgadas de manera importante por la interacción con Internet, a través de la computadora y, cada vez más, de los teléfonos. Por eso le llamo la generación de las pantallas.

Esta generación tiene, entre otras, dos características fundamentales para nuestra visión de la extensión cultural. Por un lado, una intensa sensibilidad, propia de la cultura pop en la que nos movemos desde hace 50 años y que convive con la cultura que llamamos refinada o alta. Su gusto por la imagen, por lo inmediato, por la exacerbación de las sensaciones, a muchos les hace torcer la boca y voltear los ojos hacia arriba. No hay espacio en este trabajo para detallar los numerosos ejemplos donde la música, la literatura o la plástica pop no están reñidas con lo clásico. Nos abocaremos a resaltar que el bombardeo mediático lo que hace es sensibilizar a nuestros jóvenes, y eso es un campo fértil para sembrar el gusto por expresiones más ricas que lo que habitualmente encuentran.

La otra característica es la capacidad de atender simultáneamente numerosos medios. Es el dolor de cabeza de muchos profesores, honestos en su esfuerzo de impartir cátedra tradicional o, en el mejor de los casos, con presentaciones en PowerPoint, pero a disgusto con las miradas de sus estudiantes, puestas constantemente en las pantallas de sus aparatos en clase. No discuto la necesidad de proveer espacios para la reflexión profunda y concentrada. Digo que si nuestros jóvenes pueden recibir varios mensajes simultáneamente, aprovechemos esto para la extensión cultural.

Una ruta útil para esto es sumergirnos en las dinámicas de las redes sociales, mirar cómo las usan tanto los adultos expertos como los jóvenes, incursionar en ellas experimentando, copiando estilos hasta ir creando nuestras propias formas, sin temor ante lo poco conocido. Este es el modo de detonar el potencial comunicativo de nuestra extensión para favorecer la conversación, para no sólo promover eventos.

Pongo un ejemplo. Se realizó hace unas semanas un concierto de música klezmer en la ciudad de México, uno más que competía en la cartelera con otra decena de actividades musicales en la capital ese día, incluida la segunda fecha de un muy popular grupo estadounidense de rock. El evento se difundió, además de a través de los canales tradicionales, por páginas de

Internet, Facebook y Twitter. El auditorio prácticamente se llenó, y durante el concierto los asistentes constantemente usaban sus teléfonos lo mismo para tomar fotos que para charlar con sus amigos, enviarles imágenes de ellos o de los artistas y, muy seguramente, para ponerse de acuerdo en dónde iban a seguir la fiesta. Imaginemos esta dinámica en una presentación de un cuentacuentos o una exposición de pintura, pero propiciada por los mismos organizadores. La reacción alcanzaría niveles de público que no se obtendrían de otra manera. La interacción que potencian las redes sociales ayuda a crear conversación, pues los asistentes seleccionan y comparten lo que les llama la atención.

Algo similar ocurrió en un evento del reciente Día Internacional del Jazz, que promueve Unesco. Estuvimos en un pequeño bar-teatro con músicos de muy buen nivel, y mientras ellos tocaban el público tomaba fotos, las compartía en línea e inclusive los estaban grabando para cargar el audio en la red; es más, el bar había creado un canal de radio en Internet que difunde su música a nivel global.

La arquitectura de las calles, la música y los sonidos del campo y la ciudad, un *performance* para educar sobre la seguridad vial todo puede ser materia de comunicación a través de las pantallas, y en la medida en que seamos creativos y abiertos contribuiremos a crear conversación inteligente, con visión educativa.

EL FINAL ES EL PRINCIPIO (CONCLUSIONES)

Las reflexiones y casos de este ensayo nos llevan a recapitular algunas conclusiones que en realidad pretenden ser un punto de apoyo para destatar experiencias exitosas de extensión cultural. En primer término, si bien no se hizo una descripción de la variada oferta de actividades a la que se desea añadir calidad en su difusión, optamos por delinejar algunos rasgos

de lo cultural y su importancia en la humanización de las sociedades. Ni la educación ni la cultura son panaceas, menos en sociedades con niveles de inequidad social tan grandes como la mexicana. Nuestros problemas son tan complejos como los de cualquier país de nuestras dimensiones. Sin embargo, me parece que en la medida en que sigamos favoreciendo la extensión cultural de manera inteligente y acorde a nuestros modos contemporáneos de comunicarnos, abonamos también a la causa de construir ciudadanía.

Las acciones de extensión que promuevan la discusión, la conversación y la participación nos ayudarán a fomentar hábitos de interacción que son indispensables para la mejor convivencia social. Las ideas y formas de vida que conocemos a través de la lectura y el disfrute estético pueden resultar atractivas y deseables si las vemos no como objetos estáticos de museo, sino como proyectos posibles de existencia.

La interacción social es clave en la extensión cultural. Necesitamos superar la visión del público pasivo que llene nuestros eventos y justifique los presupuestos. Cualquier actividad tiene una audiencia potencial de miles de personas si se conecta a las redes sociales, pero la verdadera intención de la difusión debe ser crear consumidores de cultura críticos, que con su actividad mejoren la calidad de la oferta y la difundan con sus pares.

Finalmente, este texto pretende ayudar a que las autoridades educativas y culturales completen su visión política del tema cultural y tengan argumentos para innovar en un campo donde aún permean visiones muy tradicionales, lo cual no deja de ser paradójico, ya que la cultura es el campo privilegiado de la creatividad.

Un último ejemplo para animarnos a romper esquemas, teniendo a nuestro público potencial en el foco de nuestros esfuerzos. Me asomo a Facebook y encuentro en las publicaciones de una conocida el anuncio de una horripilante feria de zombis, tan del gusto de muchos adolescentes actuales. ¿Superficinalidad alimentada por los medios? ¿La subcultura de

lo grotesco, hiperexplotada por el imperio del consumismo yanqui? Sí, pero la misma alumna que gusta de esto cita en otro *post* a la poetisa Gioconda Belli, es gran conocedora de historia europea y lee ávidamente literatura universal. Y está en camino de convertirse en la primera universitaria de su familia. Aceptar creativa y críticamente la diversidad es la clave de la extensión.

Conversar la cultura, de corazón a corazón, compartirla de boca en boca, con teléfono en mano o una libreta para anotar ideas. Ayudarnos a enamorarnos intelligentemente del arte. Esa es la extensión cultural que le deseó a nuestro país.

A MODO DE BIBLIOGRAFÍA: RECOMENDACIONES

Diversas lecturas y revisión de documentales en medios audiovisuales han abonado ideas para este escrito. Al no tratarse de un documento de investigación, en lugar de una bibliografía como tal se presentarán recomendaciones de materiales que pueden enriquecer las reflexiones sobre los asuntos tratados. Esto será —además— más coherente con la propuesta toral de este ensayo. Se trata de suscitar el interés por conocer más, a partir del compartir de la experiencia propia de lectura (o consulta de documentos de otra índole).

Desde los artículos compilados en la primera edición —a principios de los años setenta del siglo xx— de *Cómo leer en bicicleta* del poeta, hasta la publicación de sus obras completas por el Colegio Nacional, pasando por sus colaboraciones periódicas en medios de circulación nacional, los escritos del ensayista mexicano Gabriel Zaid contienen reflexiones muy complejas y bien documentadas sobre los conceptos de cultura y su difusión. Su profunda erudición y conocimiento del lenguaje enriquece a sus lectores, usando un estilo muy ameno y claro, con gran oficio de divulgador. Es uno

de los referentes obligados para conocer el estado de la cultura en nuestro país desde una perspectiva de rigor crítico y propositivo.

Un buen modo de estar al tanto del debate es la lectura de revistas culturales. Cuatro o cinco de ellas son de iniciativa privada y cuentan con una buena distribución a través de las comercializadoras con presencia nacional. Otras varias también son empresas particulares, pero de recursos más modestos, y sin embargo mantienen con heroísmo sus publicaciones. Aún falta mucho trecho por recorrer en términos de superar el centralismo en cuanto al acceso, y seguramente en las ciudades pequeñas de los estados es más difícil encontrar la misma oferta de títulos que en el centro del país, pero las bibliotecas de las universidades suelen ser excelentes centros de acopio de estos textos y cumplir las funciones de difusión. Mi sugerencia es tomarse el tiempo para pasearse frente a los estantes, mirar las portadas, hojear las publicaciones e irse dejando atrapar por los contenidos. Poco a poco se irán decantando las publicaciones que nos parezcan más interesantes, más plurales o más acordes con nuestras expectativas. Es muy recomendable procurar una variedad de títulos que nos permita tener contrastes y enriquecer puntos de vista. Y por supuesto, conviene buscar siempre las revistas editadas por las mismas universidades, los contenidos suelen ser de calidad y varias de ellas han desarrollado un verdadero oficio periodístico.

A pesar de ser un arte en retirada, todavía hay periódicos que mantienen sus secciones culturales, bien entendidas estas como periodismo sobre la cultura y no de sociales sobre lo que hacen —o les hacen— a ciertos protagonistas de la esfera artística. Ahí las empresas periodísticas tienen una gran oportunidad de contribuir a la responsabilidad social, impulsando secciones que difundan las actividades de cineclubes, teatros, exposiciones, presentaciones de libros, artes plásticas y escénicas, de las que hemos hablado en las páginas anteriores. Se trata de crear un círculo virtuoso de oferta y demanda de consumidores de periodismo cultural.

Por supuesto, Internet, y más específicamente las redes sociales, son un excelente recurso para estar actualizado sobre el debate cultural, y en sí mismas son un gran medio de extensión, como hemos mencionado. No toma mucho tiempo desarrollar un olfato para personalizar el tipo de contactos a seguir en Facebook y Twitter, de entre los cientos de publicaciones relevantes que aparecen cada día. Si se puede leer en inglés, ayuda mucho, porque todos los medios internacionales que desean comunicar algo tienen versiones de sus sitios en este idioma. Mi sugerencia es ampliar lo más posible la gama de opciones, tanto en países como en idiomas, pero dándose un tiempo para seleccionar las fuentes que realmente podemos leer. No es concurso de popularidad, sino acopio de información valiosa. Y por supuesto, si algún amable lector desea agregarme a sus redes para compartir hallazgos de fuentes, me encuentran en Facebook como Alejandro Educación Cultura Pop y en Twitter @Alscandar.

Varias universidades tienen *podcast* descargables a computadoras, convertibles a archivos de audio para portar en teléfonos celulares. El más completo en México, por su extensión, está en el sitio descargacultura.unam.mx. Varias radios culturales del país también tienen este formato. Aquí recomendamos Radio Educación (<http://www.e-radio.edu.mx/Podcasts-por-categorías>), pero un rato de navegación en línea ampliarán la oferta del curioso lector.

Ya comentamos en el texto las amplias oportunidades ofrecidas por las radios culturales y la importancia de asistir a actividades artísticas. Sólo refiero ahora su carácter documental. Es muy recomendable llevar una pequeña bitácora personal de los programas que se escuchan, enfocándonos en las emociones o ideas que nos produce lo escuchado. No es necesario un registro técnico (programa, formato, duración, frecuencia, etcétera), sino básicamente una reacción escrita a lo que nos suscita lo escuchado, y mejor aún si se anota con qué otro concepto o experiencia previa lo relacionamos, o qué nueva idea nos sugiere. Esto es un modo de generar la



famosa conversación a la que hemos aludido. Algo similar puede hacerse en las visitas al cine, una exposición o si nos topamos con un espectáculo en la calle. Y desde luego, será de gran ayuda revisar con frecuencia las carteles de actividades culturales que se publican tanto en periódicos como en Internet, teniendo un lápiz a la mano para subrayar las que nos llamen la atención y capturarlas en nuestros apuntes.

Como se ha percatado el lector, este apartado final no pretende desplegar un elenco de obras consultadas, sino poner en perspectiva, una vez más, una de las tesis fundamentales de este escrito: la cultura es obra de todos, podemos convertirnos en actores de la extensión si nos unimos al intercambio de experiencias, reacciones y nuevas ideas, cada quien desde el espacio ciudadano donde se encuentre.

