

Uruguay: Hacia una cultura inclusiva, diversa y democrática

Uruguay: Towards an inclusive, diverse and democratic culture

Susana Dominzain¹

Universidad de la República – URUGUAY

RESUMEN

En Uruguay es el Estado que se ha propuesto estimular y facilitar el acceso a la cultura. Este interés se ha manifestado con una serie de políticas culturales que han atendido diferentes dimensiones. Una de ellas ha sido el consumo cultural. Desde la esfera pública ha existido la preocupación por conocer cuáles son los gustos y preferencias que muestra la ciudadanía en su acción de consumir bienes y servicios culturales y a través de medidas y políticas aumentar o sostener los consumos. Se trabaja con las encuestas sobre consumo cultural de 2003, 2009 y 2014 realizadas por el Observatorio Universitario sobre Políticas Culturales y con políticas culturales implementadas desde el Ministerio. Los resultados indican que si bien el acceso ha mejorado no ha sido suficiente para alcanzar la inclusión, ni la democratización cultural, con la persistencia de brecha que dan a conocer desigualdades sociales y culturales que no logran superarse.

Palabras clave: cultura, políticas, consumos, acceso, Uruguay

ABSTRACT

In Uruguay, it is the State that has set out to stimulate and facilitate access to culture. This interest has manifested itself through a series of cultural policies that have addressed different dimensions. One of them has been cultural consumption. From the public sphere, there has been the concern to know what are the tastes and preferences that shows the citizens in their action to consume cultural goods and services and through measures and policies to increase or sustain consumption. We work with the cultural consumption surveys of 2003, 2009 and 2014 carried out by the University Observatory on Cultural Policies and with cultural policies implemented by the Ministry. The results indicate that while access has improved, it has not been sufficient to achieve inclusion, or cultural democratization, with the persistence of a gap that reveals social and cultural inequalities that can not be overcome.

Key words: culture, politics, consumption, access, Uruguay

¹ Doctora en Ciencias Sociales, Universidad Nacional General Sarmiento, Argentina. Docente e investigadora del Centro Interdisciplinario Latinoamericano. Directora del Observatorio Universitario de Políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Udelar. Coordinadora de la Maestría en Estudios Latinoamericanos. Integrante del Sistema Nacional de Investigadores. susanadominzain@gmail.com

Introducción

La cultura en América Latina y en particular en el Cono Sur se ha puesto de moda. De la mano de los nuevos gobiernos progresistas han surgido nuevas formas de pensar y hacer cultura. Durante décadas las fuertes definiciones que legitimaron a la <<alta>> cultura como <<la>> cultura en oposición a la cultura popular van siendo sustituidas en Uruguay por el reconocimiento hacia la cultura como un todo polisémico y controvertido. Para que ocurriera este tránsito fue preciso diseñar mecanismos de intervención como lo son las políticas culturales. La histórica marginalidad de diversidad de prácticas y universos de sentido que están más allá de las expresiones hegemónicas se ha revertido, y ha dado paso a un mayor interés no solo de académicos, intelectuales y artistas sino también de los políticos. De esta manera, se comienza a tomar en cuenta el peso y la incidencia que la cultura, bajo sus múltiples expresiones, logra tener en la conformación de una sociedad democrática, inclusiva y diversa, pero también como espacio de poder. Las políticas culturales ya no son solamente motivo de debates doctrinarios en revistas literarias o suplementos periodísticos de fin de semana. (García Canclini, 1987: 64).

La revalorización que experimenta la cultura otorga una mayor centralidad al tema y hace necesario un abordaje, que más allá de interpretaciones aproximadas, obliguen a un renovado y necesario interés en la obtención de datos empíricos que den parte de resultados comprobables que admitan su análisis y transformación. Es en este contexto que los estudios sobre consumo cultural adquieren también una mayor relevancia. Para ello se hizo necesario sortear las limitaciones institucionales, pero también metodológicas. Se trató de entender que la gente consume en escenarios de escalas diferentes y con lógicas distintas (García Canclini y Moneta, 1999: 77). Y que cada trayecto implica dinámicas de localización y deslocalización de enraizamiento y desarraigo cultural (Martín Barbero. 1988 :98). Como así también comprender que el consumo cultural en el proceso de circulación genera nuevas representaciones y sentidos, es decir, que el consumo se constituye así en un <<conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica>> (Martín Barbero, 1988 : 187). Atender << al desarrollo de una concepción no reproductiva del consumo, la que permita una comprensión de los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación, a través de

110

la reivindicación de las prácticas de la vida cotidiana de los sectores populares, las que no son consideradas meramente como tareas de reproducción de la fuerza de trabajo sino más bien como actividades con las que *llenan de sentido su vida* >> (Sunkel, 2002: 57).

En los últimos diez años la cultura en Uruguay ha experimentado cambios importantes. El interés por parte de las autoridades se ha manifestado con una serie de políticas culturales que han atendido diferentes dimensiones. El reconocimiento a los derechos culturales y a la ciudadanía cultural se ha hecho evidente a través de programas, políticas y medidas que tienen por objetivo atender a los sectores más vulnerables de la sociedad. Así como también el manifiesto interés por parte del Estado hacia los trabajadores de la cultura. En lo que respecta a la institucionalidad y financiamiento, la Dirección Nacional de Cultura adquiere carácter de unidad ejecutora lo que posibilita que la cultura cuente con presupuesto propio. Ya *no más migajas para la cultura*, constituye un deseo largamente esperado que se concreta puesto que no podemos hablar de políticas culturales si ignoramos sus soportes económicos. (Caetano: 2015: 18).

Democratizar la cultura y descentralizarla es un proceso en marcha. Así como también mejorar las infraestructuras culturales e indagar en los nuevos talentos que puedan surgir, estimulando la creación por parte de amplios sectores al asumir al ciudadano no solo como consumidor sino también productor de cultura. Ahora bien, cómo percibe la ciudadanía su acceso a la cultura. (Dominzain et al:2014).

Gráfico I



Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos del Informe Nacional 2014

Existe una importante valoración con relación al acceso a la cultura. Cinco de cada diez encuestados manifestó tener un mejor acceso y más de la cuarta parte sostuvo estar igual que hace cinco años. Los hombres y las mujeres opinan de forma similar en más del 50%. Los que más valoran tener un mejor acceso son los jóvenes superando el 60%. A mayor nivel educativo y a mayores ingresos esto se confirma. Tanto en Montevideo como en el resto del país se admite estar de acuerdo con que el acceso a la cultura ha mejorado.

La implementación por parte del Estado de una serie de políticas nuevas cuyo objetivo ha sido democratizar este acceso justifica quizás esta valoración positiva. Como también la oferta cultural se ha visto incentivada desde el ámbito estatal como privado. Cabe señalar que también contribuya a entender esta valoración la mejor situación económica del país que ha posibilitado acceder y disfrutar de la cultura a sectores que se mantenían al margen.

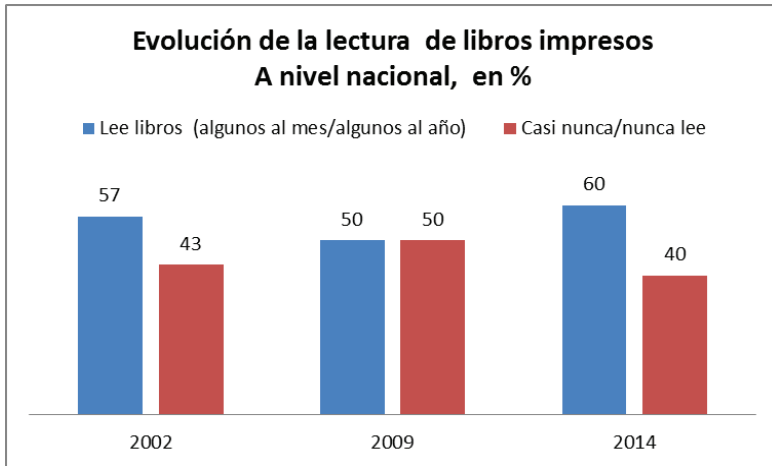
Los libros no muerden

El mayor acceso a la cultura se verifica en las prácticas de lectura. En el último estudio realizado en 2014 la lectura aumentó en relación a informes anteriores. Como se puede verificar en el gráfico II en el 2003 el 57% leía libros, en el 2009 esta lectura bajó al 50% y el 2014 subió al 60%.

112

Lo cierto es que, desde el Estado, la lectura en los últimos años ha sido monitoreada y se le ha prestado especial atención facilitando el acceso al libro y estimulando la lectura en grupos de niños en edad escolar como en los adolescentes. Nos referimos al Plan Nacional de Lectura implementado por el Ministerio de Educación y Cultura con el apoyo de la Cámara Nacional del Libro. Por otra parte, y a partir de iniciativas que surgen desde la ciudadanía se ha implementado en algunas localidades del país bibliotecas itinerantes. Quizás esto colabore a entender por qué en Uruguay la lectura aumentó. Sin embargo, las políticas hacia la atención e incentivo a visitar bibliotecas continúan siendo deficitario en el país. Las bibliotecas no solo necesitan de nuevos usuarios sino también de mejoras edilicias y con cierta emergencia deberían hacer uso de las nuevas tecnologías para no solo facilitar el acceso al libro sino para hacer más atractiva la visita y estadía en el lugar.

Gráfico II



Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de Políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos de los Informes Nacionales de 2002-2009-2014.

113

El hecho de que la lectura haya aumentado “contrarresta el debate actual donde se vaticina la muerte del libro y la extinción de los lectores. Como así también los supuestos de que las personas leen cada vez menos y que se tiende a abandonar el formato del libro impreso; a su vez se especula sobre las consecuencias apocalípticas que este cambio provoca en la sociedad. Todo indica de acuerdo a estas cifras que en Uruguay tal proceso no es así. Este primer acercamiento a los datos desafía la percepción generalizada que asocia al paso del tiempo con una disminución constante de la lectura de libros en la medida que sugiere una tendencia de recuperación de los niveles anteriores de lectura al 2009” (Duarte, 20°14:102.).

Existen aspectos a tener en cuenta cuando analizamos las prácticas de lectura. Por un lado, la creencia de que los jóvenes no leen o leen cada vez menos; sin embargo, los resultados de estas encuestas muestran que el pasaje del tiempo no va en desmedro de la lectura juvenil; especialmente se advierte en la lectura de *algún libro al año*. Y que la lectura aumentó en los sectores con menos recursos culturales y económicos. Lo que lleva a que la brecha de lectores de *varios libros al año* entre las personas con educación primaria y terciaria, disminuya. Entre las personas que nunca leen libros, casi la cuarta parte señaló

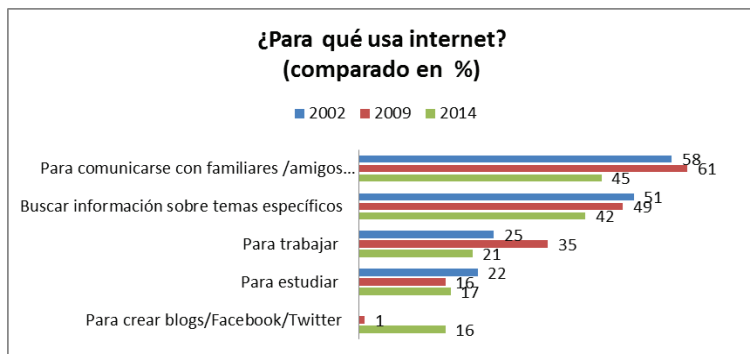
que no lee porque *no le gusta*; en segundo lugar, porque *no tiene tiempo*, mientras otros entrevistados sostuvieron que es un tema de mala visión. Si tomamos en cuenta las categorías *no tengo tiempo y no veo bien*, se advierte que casi un 40% argumenta razones solucionables. De igual manera sucede con el 5% que dice *no sé qué leer*.

Todo indica que la implementación de medidas que tomen en cuenta estos argumentos podría llevar a una mayor lectura por parte de la población del país. De acuerdo a estos resultados los motivos que conducen a no leer no estarían en el disgusto o rechazo al libro sino a impedimentos que pueden ser subsanados. La sociedad uruguaya muestra una realidad peculiar al dar cuenta que la lectura de libros impresos ha aumentado y al mismo tiempo se incrementa el uso de las nuevas tecnologías, sin embargo, unas no son excluyentes de otras en lo que a lectura se refiere.

Cabe señalar que en los últimos tiempos se ha instalado la discusión que el descenso en la lectura puede ser explicado por el acceso a internet y que su uso en la lectura de libros esté sustituyendo al libro impreso. En Uruguay el consumo de internet ha aumentado, especialmente en su uso diario y se ha diversificado. De todos modos, este aumento no ha significado que la población lea más por internet. Por el contrario, el uso de Internet es para comunicarse, siendo sensiblemente escaso su uso para la lectura de libros o periódicos. Más del 50% de la población encuesta manifestó usar internet para comunicarse por mail y/o chat. Menos de la cuarta parte hace uso del Twitter y Facebook.

114

Gráfico III



Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos de los Informes Nacionales realizados en el 2003-2008 y 2014

Lo que nos lleva a sostener que, si bien nuestra relación con las nuevas tecnologías va en aumento, quienes hacen uso de las mismas no deja de ser un sector de la población limitado. Lo cual no invalida la importancia del crecimiento de este consumo que en los últimos años se ha incorporado a nuestra vida cotidiana e incluso al uso que se hace del uso de internet en el tiempo libre. Sin embargo, las brechas existen y se ha buscado atender en esta dirección, muestra de ello son los Centros MEC creados por el Estado en el año 2007 que son espacios educativos y culturales, ideados con el fin de facilitar el acceso a la educación digital, a la innovación científica y tecnológica, y a servicios y productos culturales. Los socios estratégicos en esta iniciativa del ministerio son las intendencias municipales en el territorio y ANTEL² como aliado tecnológico. Existen actualmente 123 Centros MEC distribuidos en los departamentos³. Lo peculiar de esta política que está dirigida a poblaciones menores de 5.000 habitantes, llegando a sectores de la población que han permanecido marginados a este tipo de acceso digital. De todos modos y a pesar de esta iniciativa aún no han sido evaluados los resultados de esta nueva política y si la misma más allá de facilitar el acceso a internet incentiva la lectura por este medio o los hábitos de lecturas tradicionales persisten.

115

La TV: el pan de cada día

El uso de la computadora y el acceso a internet ha sido incorporado al empleo del tiempo libre, no obstante, sigue siendo en primer lugar la reunión con familia y/o amigos (53%) y en segundo lugar la televisión (41%) donde preferimos pasar más nuestro tiempo de ocio y/o recreación. (Castelli, 2014; 153 y 156). La televisión sigue siendo el consumo más alto que muestran los uruguayos. Es también la que más influye en nuestras opciones culturales y, en segundo lugar, la opinión de la familia. (Castelli Rodríguez: 2014. 153 y 156)) De todas formas se advierte que el tiempo que dedicamos al consumo televisivo ha disminuido principalmente en los jóvenes (16 a 29 años) que son quienes menos horas permanecen ante la pantalla. Al parecer en los jóvenes este hábito cultural está cambiando y se aprecia un mayor uso de internet para ver series y/o películas, etc. De todos modos, se advierten brechas socioeconómicas y de género al tratarse de varones jóvenes de mayor nivel educativo y mayores ingresos.

2 Administración Nacional de Telecomunicaciones.

3 Centros MEC se puede consultar en <http://centrosmec.org.uy/>

Lo que más demandan los encuestados de la televisión uruguaya es una programación que incluya contenidos humorísticos, infantiles y artísticos nacionales. La ausencia de innovación parece ser una variable recurrente en la televisión nacional. La cuarta parte de los entrevistados señala la falta de variedad y diversidad en sus contenidos. Estas opiniones importan al momento de producirse en el país la aprobación de la denominada Ley de Medios. La ley no solo busca regular sino generar dinámicas inclusivas y diversas que se expresen en la programación, entre otros fines. Desde los consorcios empresariales surgen las protestas argumentando que lo que se propone el gobierno es monopolizar y reglamentar los medios y que ello resulta ser inconstitucional. << La Sociedad Uruguaya de Actores (SUA) ha alertado sobre un aspecto que agrava la situación. Y es que, respecto a la producción nacional, los canales privados uruguayos de aire emiten por día 8 horas promedio de ficción extranjera y ninguna nacional, en un total de 16 horas de emisión. Para SUA es necesario afrontar este problema en defensa a la diversidad cultural y porque la ausencia de ficción uruguaya en las emisoras ocasiona la supresión de miles de puestos de trabajo>>⁴

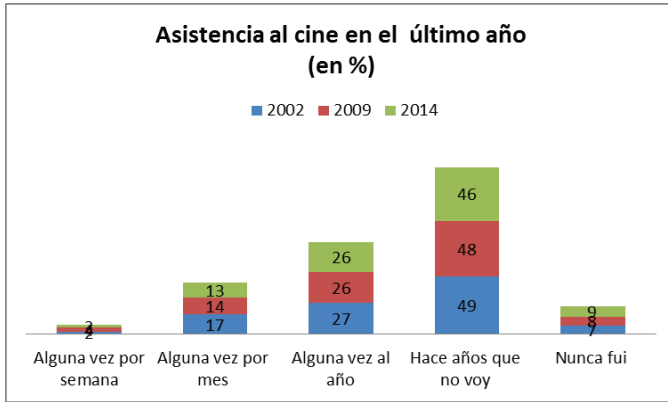
Una legislación sobre medios de comunicación, como señala Nivón “suele producir temor entre los principales actores de ese campo, porque consideran que se impondrán limitaciones al ejercicio creativo y a la libertad de expresión. Otros sectores de la sociedad consideran que la ausencia de regulación deja en el abandono a la mayoría de la población, que no cuenta con instrumentos adecuados de defensa ante los excesos de los medios de comunicación (invasión de la privacidad, respeto al anonimato de menores y víctimas de delitos, regulación de los horarios de transmisión de ciertos mensajes, etc.” (Nivón, 2016)

Es necesaria una legislación cultural que garantice el pluralismo o limite la concentración de concesiones de medios de comunicación en pocas manos, da lugar a la imposición de mensajes homogéneos y potencialmente negativos para el conjunto de la sociedad. Es importante reconocer que la actuación normativa del Estado es relevante ante los intereses políticos y económicos que contaminan a los medios de comunicación y llevan a que prevalezca una hegemonía perversa en la comunicación.

4 Gómez Germano, Gustavo. <<TV digital terrestre en Uruguay>>. Montevideo. Dirección Nacional de Cultura, Ministerio de Educación y Cultura, p. 23.

El cine: un consumo en declive

Gráfico IV



Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos de los Informes Nacionales realizados en el 2003-2009 y 2014.

117

A diferencia de la televisión que concentra y aumenta su consumo, la asistencia al cine se mantiene a lo largo del tiempo, pero a la vez muestra cierto declive persistente. Un poco más de la cuarta parte de la población encuestada manifiesta asistir a salas de cine alguna vez al año. Se mantiene que cuatro de cada diez uruguayos (48%) hace años que no van.

Comparativamente la asistencia al cine no muestra grandes variaciones. Este es un consumo urbano que se concentra en Montevideo y en las capitales departamentales del país. A su vez, Uruguay ha experimentado en la década de los noventa el cierre de salas de cines. En algunos casos para ser sustituidas por salas ubicadas en los shoppings, en otros para ser directamente clausuradas. Por otra parte, la oferta de películas en exhibición es deficitaria y en la mayoría de los casos los títulos más esperados no llegan. Son estas algunas de las causas que quizás expliquen que este consumo tienda a descender o a estancarse con el transcurrir del tiempo y que lo que prevalezca sea *Hace años que no voy* lo que da a entender que esta práctica cultural haya quedado en el pasado. Desde el Estado se llevan adelante iniciativas que buscan revertir esta realidad. El Instituto del Cine y Audiovisual del Uruguay (ICAU) en coordinación con otras instituciones estatales, es la institución pública encargada de diseñar las

políticas nacionales del sector audiovisual del país. Desde su creación en el año 2008 ha diseñado su estrategia trabajando conjuntamente con el sector público y privado. Entre sus objetivos está el procurar medidas que permitan la exhibición de las producciones y para ello se ha impulsado la creación de cines ambulantes. De todos modos, la experiencia es aún muy reciente.

Entre quienes asisten con mayor frecuencia al cine no se manifiesta diferencia entre hombres y mujeres, sí se observa la importancia de la edad ya que son las edades más jóvenes que más lo practican, de nivel educativo alto e ingresos altos.

Gráfico V



118

Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos del Informe Nacional realizado en el 2014.

Las razones argumentadas de la no asistencia al cine son variadas y levemente predomina <<prefiero hace otra cosa>>, <<no tengo tiempo>>, <<me queda lejos>>, <<no me interesa>>, <<no hay>> cines y <<las entradas son caras>>. Como se observa las razones son diversas. Es de tener en cuenta que más allá del desinterés en este consumo se dan razones donde la ubicación territorial incide. El tema de la lejanía que implica acceder a una sala de cine no es desdeñable, así como también cuando la imposibilidad de practicar este consumo es porque no existe infraestructura cultural (12,8%). Estos aspectos deberían ser tenidos en cuenta en un futuro inmediato acercando así a un nuevo público al cine y a la

vez permitir retomar este hábito cultural a como fue en el pasado. Todas estas razones han llevado a que el Estado ponga atención en los públicos y audiencias en el cine. De qué forma lograr que se vaya a las salas de cine cuando el proceso es el mantenerse en lo privado y mirar cine en la Televisión, en internet e incluso mantenerse en el espacio privado haciendo uso del tiempo libre al compartir una película con amigos o con la familia. De qué forma contrarrestar estas prácticas representa actualmente un problema tanto para el Estado como para las empresas privadas. Se abaratan las entradas, se estimula con tarjetas o convirtiendo al usuario en un socio espectacular otorgándole distinción social y cultural por asistir a las salas, pero sin embargo su reclusión en lo privado prevalece.

Desde el ICAU se ha creado el Programa de Formación Audiovisual Nacional (FAN) dirigido a la infancia y adolescencia. El FAN brinda herramientas a los niños, niñas y adolescentes para su formación teórica, práctica y técnica, fomentando el desarrollo de los contenidos culturales y audiovisuales propios, mediante la protección de la diversidad de las expresiones culturales. A su vez, promueve el uso de las nuevas tecnologías, a través de actividades accesibles con metodologías innovadoras y replicables en la región y en el mundo, con el propósito de promover el derecho de los ciudadanos a la igualdad de oportunidades, a través del acceso a la información y la libertad de expresión, reconociendo la importancia de la cultura cinematográfica y audiovisual para la cohesión social. Este programa destaca el acceso a actividades, bienes y servicios culturales mediante la participación activa de los niños, niñas y adolescentes en la creación y recreación de la cultura.

Lo cierto es que todas estas iniciativas han tenido lugar porque por el significativo desarrollo y reconocimiento internacional, en la última década a la producción de cine nacional. Una experiencia que los uruguayos en general han vivido con interés. Contar actualmente con productores, directores, actores y personal técnico para filmar una película, un cortometraje o un documental no deja de ser algo que los uruguayos viven con orgullo y que ha merecido el reconocimiento ciudadano. Es así como seis de cada diez uruguayos ha visto cine nacional, pero no implica asistir a salas de cine, de lo que resulta que el 42% lo ha visto por televisión, más de la cuarta parte en video y solo 23% asistió a una sala de cine para ver películas nacionales.

El consumo de cine nacional se produce mayoritariamente en el ámbito privado, doméstico y confirma la importancia de la televisión y su peso en nuestros hábitos culturales. Para más de la tercera parte de los en-

cuestados lo que más le atrae del cine nacional es la historia que cuenta; en segundo lugar, un 10% opina que es ver al país, es decir, nos muestra cómo somos. Apenas un 5% considera que son los actores que la mayoría de las veces resultan ser desconocidos. Esto lleva a que se demande más ficción nacional en la pantalla televisiva entendiendo que actuaría como estímulo a conocer a nuestros artistas.

Se aprecia que el cine nacional es original, así como también algunos opinan que es lento y poco divertido. Quienes más consumen cine nacional son hombres y mujeres de forma similar, de igual forma pasa con las edades, sí se advierte contraste en el capital educativo y en el económico siendo los sectores que poseen mayor nivel de estudio y mayores ingresos quienes más lo consumen.

Salidas culturales

Uno del aspecto que ha surgido con respecto al cine nacional es el desconocimiento que se tiene de los actores y actrices locales, y ha sido señalado por los trabajadores del teatro como un impedimento a la hora de estrenar una obra o pretender llegar a un mayor público como así también a nuevos espectadores que incorporen en sus hábitos culturales la ida al teatro. De todos modos, la asistencia al teatro en Uruguay sigue siendo comparativamente significativa. La asistencia anual al teatro ubica al país en segundo lugar luego de Costa Rica, seguido por Colombia y Argentina. Siendo las más bajas asistencias en los países centroamericanos, en Perú y Paraguay⁵.

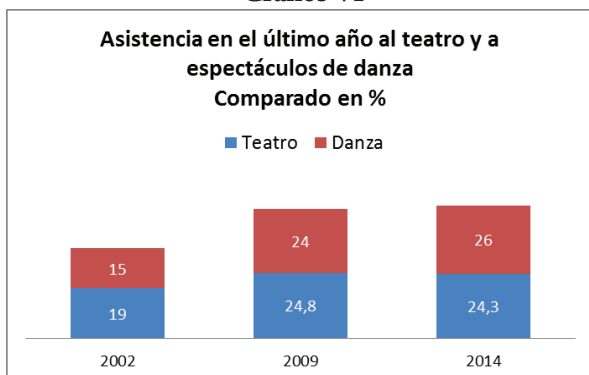
120

Por otra parte, la reapertura del Teatro Solís y del Auditorio del SO-DRE, probablemente haya oficiado de estímulo. El país se ha visto galardonado al recuperar en su paisaje artístico y arquitectónico a estos íconos urbanos y de la cultura. Con ellos el teatro, la danza, la ópera, el ballet, el arribo de múltiples artistas y compañías extranjeras, se vieron enaltecidos al recuperar lugares de referencia⁶.

5 Encuesta latinoamericana sobre hábitos y prácticas culturales 2013. Madrid, OEI, 201. Consultar en <http://www.oei.es/publicaciones/LatinobarometroWeb.pdf>

6 Dominzain, Susana Ibid.

Gráfico VI



Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos de los Informes Nacionales realizados en el 2003-2009 y 2014.

La asistencia al teatro en el último año muestra un importante ascenso en 2009 de casi seis puntos porcentuales con relación al año 2002. Sin embargo, los últimos datos dan cuenta de una muy leve disminución en el 2014. Quienes asisten al teatro siguen siendo más las mujeres que los hombres, de edades jóvenes e intermedias, y a mayor nivel educativo y mayor nivel de ingresos más se asiste. Predomina la asistencia *dos o tres veces al año*.

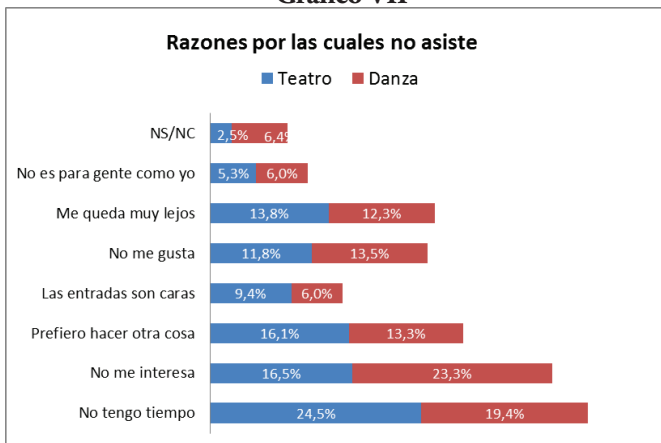
Con respecto a la asistencia a ver espectáculos de danza se produce un leve ascenso del 2002 al 2014. Quizás una de las explicaciones al igual que en el teatro, sea que en 2009 se aprecia el aumento de estos consumos por la reapertura del Teatro Solís y el SODRE; todo indicaría que tal circunstancia actuó como estímulo en que ambos consumos ascendieran hacia 2009 y que actualmente se mantenga en el caso del teatro, y en la danza exista un leve ascenso. La ciudadanía retomó hábitos largamente cultivados que por falta de infraestructura no fueron practicados.

Con respecto a la danza se aprecian cambios en el tipo de espectáculo más visto. En 2009 se mencionaba el folklore, el ballet y la danza moderna. Este orden se ha visto invertido relativamente siendo en 2014 el ballet que ocupa el primer lugar, el folklore, segundo, y la danza moderna mantiene el tercer lugar, pero con porcentajes levemente más bajos. Lo mismo sucede con el tango, la salsa.

Lo que predomina en el interior es el consumo de danza folklórica, aun-

que en el último año ha aumentado la concurrencia a ver espectáculos de ballet y quizás podamos advertir la incidencia de una política cultural que consiste en el traslado a diferentes localidades del país del elenco de ballet del SODRE bajo la dirección del argentino Julio Bocca. El ballet con el apoyo del Estado pone en escena espectáculos con acceso gratuito. Sin duda que ha colaborado a que esta danza sea más vista y en algunos casos por primera vez conocida por personas que nunca tuvieron la oportunidad y pueda ser disfrutada por el público en general.

Gráfico VII



122

Fuente: Elaboración propia. Observatorio Universitario de políticas Culturales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad de la República. Datos obtenidos en el Informe Nacional de 2014.

Cuando se argumentan las razones de por qué no se asiste al teatro y a ver espectáculos de danza observamos que en el caso del teatro la *falta de tiempo* (24,5%) ocupa el primer lugar, mientras en la no asistencia a ver espectáculos de danza es la *falta de interés* (23,3%). Tanto en el caso de la asistencia al teatro y ver espectáculos de danza el *prefiero hacer otra cosa* es levemente similar (16% y 13% respectivamente). Que las *entradas son caras* es más referido al teatro (9%) que a espectáculos de danza (5%). El *no me gusta* es levemente similar en ambos casos, de igual manera ocurre con *me queda lejos*. Surge nuevamente lo que ya se vio en la asistencia al cine, el tema de las distancias o quizás también la ausencia de locomoción que faciliten el acceso.

Cabe señalar que para incentivar estos consumos en sectores de la población que se mantienen en los márgenes, el Estado ha implementado

una política denominada <<Un pueblo al Solís>> que consiste en el traslado de público procedente del interior del país a presenciar espectáculos en el Teatro Solís. Este proyecto está destinado a ciudadanos de localidades menores a 5.000 habitantes. Se intenta cubrir el mayor rango posible de edades. Una vez al año se trasladan 700 personas desde una localidad, o varias localidades cercanas, en tren o en ómnibus hasta Montevideo. Es un emprendimiento conjunto del Ministerio de Educación y Cultura, a través de la Dirección Nacional de Cultura, Centros MEC, la Intendencia de Montevideo, a través de su Departamento de Cultura, el Teatro Solís, conjuntamente con la Fundación Amigos del Teatro Solís, y empresas asociadas⁷. Esta es una política relativamente nueva. Sus destinatarios la valoran positivamente y es uno de los ejemplos más claros de popularizar la cultura al otorgar la posibilidad de ver, la mayoría de las veces por primera vez, teatro, ópera, danza y espectáculos varios. El paseo supone un recorrido por la ciudad, paseos al aire libre y a la noche la asistencia al Teatro Solís. Con relación a esta política se hace necesaria su evaluación en el entendido de que facilita el acceso, pero al mismo tiempo no se produce un seguimiento para capitalizar lo vivido e incentivar a que la población más joven explore en esta expresión cultural en la búsqueda de nuevos talentos.

123

Algunas reflexiones

Las políticas culturales en Uruguay no solo buscan satisfacer necesidades sino abrir oportunidades que faciliten el acceso a la cultura y en reconocer en cada ciudadano un potencial productor de la misma, así como también atender las demandas y necesidades de sus trabajadores. Es así como se da cabida a nuevas políticas y medidas con el fin de contar con una cultura democrática, plural y diversa. Para ello se implementan medidas descentralizadoras buscando fortalecer la democracia cultural sin embargo esto no siempre se da y lleva su tiempo. Para que la descentralización se sostenga “es necesario el crecimiento y complementariedad de los recursos locales y centrales; contratación o formación de personal capacitado; institucionalización del aparato cultural local y desarrollo de una normatividad adecuada. La lentitud o rapidez con que se realice el esfuerzo descentralizador dependerá del desarrollo adecuado de estos factores” (Nivón, 2016).

A la vez este proceso de descentralización necesita de una institucionalidad cultural ordenada y con cierta coherencia que en nuestro país no

⁷ Un pueblo al Solís. http://cultura.mec.gub.uy/innovaportal/v/2078/8/mecweb/un_pueblo_al_solis?colid=17148&breadid=1714. Consultado el 20 de marzo de 2015.

existe. Esto ha llevado a que prestigiosos intelectuales y jerarcas definan a la institucionalidad como un *archipiélago cultural*, que es desordenado e históricamente ha permanecido fragmentada lo que da muestra de su debilidad a la hora de sustentar políticas y medidas que necesitan de respaldo esencialmente ministerial. (Achugar, 2013)

Se producen avances, se elaboran políticas, pero en lo esencial, no se modifican los problemas estructurales en materia de política pública cultural en Uruguay. Es lo que Carámbula llama la *institucionalidad por aluvión* la cual hace referencia a la acumulación de instituciones sin una lógica sistémica coordinada. (Carámbula, 2013). En los últimos diez años se han producidos en el país cambios que han facilitado el acceso a la cultura. Pese a la descentralización incompleta y a la institucionalidad desordenada y fragmentada se ha podido avanzar, no obstante, las desigualdades sociales y culturales persisten y se agudizan y eso lo vemos en los consumos como lo hemos ido señalando a lo largo del artículo. Muchas veces el Estado incursiona para llenar vacíos o para abrir oportunidades.

En los consumos estudiados se advierten brechas que expresan desigualdades en el acceso y disfrute, pero especialmente se percibe la necesidad de que el ciudadano conozca sus derechos culturales. En la medida en que estos derechos sean asumidos y ejercitados, mayores serán las expectativas e inclinación a una búsqueda de protagonismo participando en la dinámica cultural del país. Se trata de pensar a la cultura para y por la gente y se apela a que los sujetos adopten una actitud proactiva generando intervenciones, verbalizando demandas y sintiéndose constructores de su propia cultura, aquella que hace al disfrute, al entretenimiento, pero también a valores de solidaridad, tolerancia, diversidad etc. Ello implica que los destinatarios de las diferentes políticas las hagan suyas, se las apropien y las defiendan evitando que ante un cambio de gobierno que ellas caigan en desuso, desaparezcan o se produzca el <<efecto barrido>> que es como suele denominarse en Uruguay: todo se barre debajo de la alfombra. Esto parece ser el eterno problema de la cultura en los países de América Latina. Aspecto que no ha cambiado incluso bajo los gobiernos del Frente Amplio. Porque si bien algunas de ellas permanecen parecen mostrar en la actualidad cierto declive que pone en cuestionamiento su propia existencia. Por qué esto se produce no lo sabemos, pero si lo estamos investigando.

124

Fecha de recepción: noviembre 2016
Fecha de aprobación: diciembre 2016

REFERENCIAS:

Achugar. Hugo (2013) *Hacia el Uruguay Cultural*. Montevideo. Temas MEC, 2013

Caetano, Gerardo. <<Políticas culturales y desarrollo social. Algunas notas para revisar conceptos>> en <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric04a01.htm>. Consultado el 20 de marzo de 2015.

Carámbula, Gonzalo (2009) *Luz para la cara oculta de la Reforma del Estado*, en *Institucionalidad Cultural en el Uruguay*. Montevideo. MEC.

Carámbula Gonzalo (2011) *La Institucionalidad Cultural en Regionalización Cultural del Uruguay*, Coord. Felipe Arocena. Montevideo. MEC, 2011

Castelli Rodríguez, Luisina. (2014) <<Prácticas en el Tiempo Libre y Fiestas Tradicionales>> en *Imaginario y Consumo Cultural. Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, URUGUAY 2014*. Dominzain, Susana et ál. Montevideo, Tradinco.

Dominzain, Susana. (2014) <<Sonrían digan whisky>> en *Imaginario y Consumo Cultural. Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural URUGUAY 2014*, Dominzain, Susana et ál. Montevideo, Tradinco.

Duarte, Deborah. (2014) <<Prácticas de lectura>> en *Imaginario y Consumo Cultural. Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. URUGUAY 2014*. Montevideo, Tradinco.

Encuesta latinoamericana sobre hábitos y prácticas culturales 2013. Madrid, OEI, 201. Consultar en <http://www.oei.es/publicaciones/LatinobarometroWeb.pdf>

Pallares, Francesc <<Políticas públicas. El sistema político en acción>>. Consultar en <http://www.fcs.edu.uy/archivos/Pallares,%20Francisc%20%281988%29.pdf>

García Canclini, Néstor. (Comp.) (1987) *Políticas culturales en América Latina*. México DF, Grijalbo.

García Canclini, Néstor y Moneta, Carlos Juan (Coord.) (1988) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, México, Grijalbo.

Gómez Germano, Gustavo. <<TV digital terrestre en Uruguay>>. Montevideo. Dirección Nacional de Cultura, Ministerio de Educación y Cultura.

Martín-Barbero, Jesús (1988) <<Euforia tecnológica y malestar en la teoría>> Bogotá. Diálogos de la Comunicación, N° 20.

Nivón Bolán, Eduardo. Las políticas culturales en América Latina en el contexto de la diversidad. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20130718114959/eduardo_bolan.pdf. Consultado 4 de setiembre de 2016.

Nivón Bolán, Eduardo. Malestar en la cultura. Conflictos de la política cultural mexicana reciente. <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric07a01.htm>. Consultado 30 de agosto de 2016.

Pallares, Francisc <<Políticas públicas. El sistema político en acción>>. Consultar en <http://www.fcs.edu.uy/archivos/Pallares,%20Francisc%20%281988%29.pdf>

Rosario Radakovich.(2014) <<Intersecciones entre lo culto, lo popular y lo tecno-audiovisual>> en Imaginarios y Consumo Cultural. Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. URUGUAY 2014, en Dominzain, Susana et ál. Montevideo, Trandinco, 2014.

Sunkel, Guillermo (2002) <<Una mirada otra. La cultura desde el consumo>>, en Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Mato, Daniel (Comp.). Venezuela, CLACSO.