

La globalización que nos tocó vivir*

Miriam Mabel Martínez**

1. De la economía a la cultura

La globalización invade los terrenos de la cultura. Originalmente la globalización era un término meramente de uso económico, que implicaba la reducción o eliminación de intermediarios en la cadena formada por empresa y consumidor (llamada también desintermediación), así como la disminución de trámites aduanales y aranceles para el intercambio comercial entre países (conocida como desregulización).

Después, llegó Marshall McLuhan, quien nos legó, entre muchos conceptos crípticos, el de “aldea global”, y nos hizo caer en cuenta que no sólo los productos podían estar a la vuelta de la esquina, sino que también el mensaje estaba a la vuelta de esa esquina.

Sin muchos ideales y tótems a los cuales adorar y con la toma del poder político por parte de los economistas, el concepto de globalización se difundió como un virus. Como el virus *Melisa* o el *I love you*, por supuesto.

Pero veamos dónde estaba parada la cultura, tiempo atrás.

El progreso científico posterior a las dos grandes guerras, junto con el renacimiento francés y los *ismos* posteriores al surrealismo, pintó la cultura de la modernidad. Nos presentaron el modernismo como el final del camino amarillo. Pero no fue así. La modernidad se terminó y había que buscar un término para nombrar lo que venía después. Y después de la modernidad parecía que se nos habían acabado las palabras para designar los periodos culturales y artísticos. Con la antipatía y falta de originalidad del fin de siglo se optó por un prefijo para designar lo que venía después del fin: posmodernidad.

* Ponencia presentada en el simposio “Los museos de arte contemporáneo ante la globalización”, Museo Universitario del Chopo, 16 de mayo de 2002

** Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones- INAH.

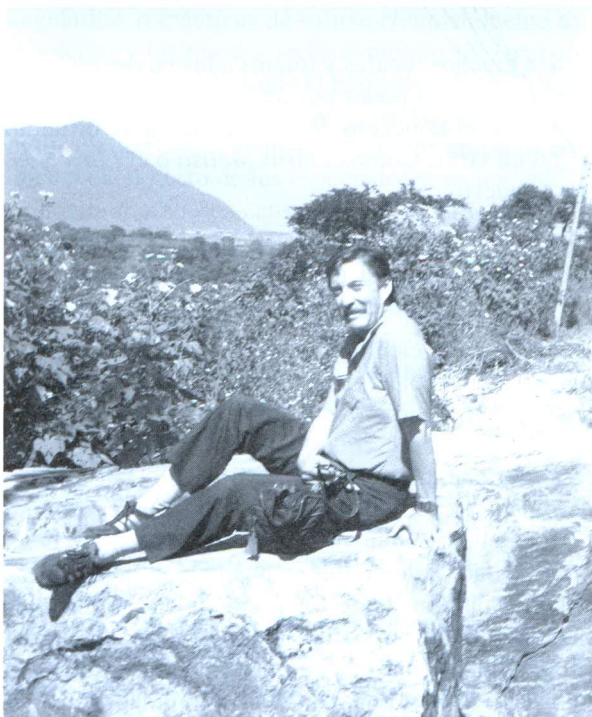
La modernidad nos prometió viajes a la luna, automóviles no contaminantes, formas alternas para la generación de energía, paz mundial, videófonos en todas las casas. El modernismo nos embriagó de ilusión y esperanza. El posmodernismo nos hizo pagar la cruda. Ni viajes a la luna ni fuentes alternas de energía. Ni paz mundial ni videófonos.

Entre los principales damnificados por la desilusión se encontraban el arte, la cultura y el humanismo. La caída del socialismo terminó a su vez con los idealismos sociales y políticos.

¿Y ahora qué? ¿Y ahora cómo le llamamos al período y movimiento cultural contemporáneo? Porque algún nombre hay que inventar. ¿Pos-posmodernismo?

No. Llegó otro término. Otro concepto que no vino de un movimiento artístico ni cultural, mucho menos social. Vino de la economía pasando por la teoría de la información: globalización.

Entonces, juguemos a que nuestros artistas viajan por todo el mundo y participan en debates de arte, cultura, etc. Juguemos a que el mundo contempla nuestra grandeza en magníficas exposiciones de las culturas prehispánicas. Juguemos a que tenemos



mucho público, a contarlos y servirlos. Juguemos a que somos grandes curadores y descubrimos el hilo negro. Juguemos a la globalización y pasemos por alto que se trata de una reorganización de la explotación similar a la del siglo XIX. Juguemos y creamos que nuestros artistas y nuestras exposiciones viajan por todo el mundo y que somos nosotros los que lo decidimos. Juguemos a que no existen los centros y núcleos de poder que definen las estrategias que nosotros presumimos propias.

2. Dialéctica inevitable: ¿hacia una posglobalización?

Tal vez en esta ocasión ya estamos preparados para la desilusión y para el escepticismo. Ya esperamos el "pos". La globalización misma ya viene con su antiglobalización o globalifobia incluida.

La globalización ya no nos toma por sorpresa. El escepticismo y la desilusión ya forman parte de nosotros. Esta vez no nos van a ver la cara. Con tantos pros debe haber muchos contras. Dudamos, interrogamos, leemos con atención la letra pequeña. Sabemos de antemano que tendrá que haber una posglobalización. En alguna parte de la cajita deben venir las contraindicaciones.

3. Contraindicaciones

Ya tenemos una supercarretera de la información, pero nos falta el coche. (El optimista dice: ¿ya intentaste el autofinanciamiento?)

Puedo leer la página web de cualquiera de los grandes museos del mundo vía internet. Pero no puedo usar internet todo el tiempo en el trabajo porque sólo tengo una conexión telefónica.

Puedo comprar el libro que necesito en Amazon y me lo envían vía DHL. Sin embargo, no hay presupuesto para libros, y menos en dólares.

Puedo encontrar a los fabricantes de modelos a escala de algunos de los diseños de Leonardo da Vinci tales como el helicóptero o el planeador. Pero es un lujo que no puedo pagar.

Puedo hacer una visita virtual a algunas de las galerías del Louvre. Pero necesito bajar un plug-in que mi computadora no puede usar porque hay que



comprarle más RAM y ya tengo que instalarle el nuevo sistema operativo.

Puedo consultar las reseñas de las nuevas exposiciones en Nueva York publicadas en *The New Yorker*. Pero tengo que pagar 25 pesos la hora en el cibercafé. El periódico todavía es más barato.

Los niños pueden publicar sus dibujos o cuentos en la web para que niños de otras partes del mundo los vean; claro, esos niños deben tener computadora (mínimo Pentium III), escáner y conexión.

Podría marcar directamente un número telefónico en el que me conteste la editora interesada en los artesanos de la sierra Tarahumara. Si acaso en el pueblo tuviéramos teléfono.

Podría recibir un fax, o un correo electrónico, de un viejo amigo que estudia en Londres (por supuesto, su expediente en Conacyt incluye una copia del título de propiedad de la casa de sus padres). Pero no tengo módem ni fax.

Podría tomar un avión y en menos de ocho horas estar en París. Sí pero ¿con qué pago? Ni siquiera tengo tarjeta para endeudarme a seis meses sin inte-

reses. ¿Una American Express? Ni soñando, mi sueldo, bueno mis ingresos como *free lance* no son suficientes para que me aprueben un crédito.

Muchos dirán que soy exagerada. No creo: las estadísticas son contundentes.

4. Estadísticas globalifóbicas

El teléfono es indispensable para la aldea global. Quien tiene teléfono puede marcar un número en China sin intermediarios. El teléfono, además, es el sistema más económicamente viable para conectarse a internet.

Podemos crear un museo virtual para quienes no pueden visitar nuestro museo real. El sitio puede tener música, galerías, videos, sistema de búsqueda... En fin.

Pues bien, en México existen 130 líneas telefónicas por cada mil habitantes.

Está bien, hagamos un CD-ROM. Para eso es la tecnología. Un multimedia con música, galerías, videos, sistema de búsqueda... como el Encarta.

Pues bien, en México existen 50 computadoras personales por cada mil habitantes.

Bueno, pero una computadora la puede usar más de una persona, ¿no?

En México existen tres millones de usuarios de internet, pero somos 100 millones de habitantes. Es decir 3 por cada 100.

O.K. Que usen las computadoras de la escuela.

Pero no llegamos ni al millón de computadoras instaladas en instituciones educativas.

Y claro, podemos pensar que no importa, que tarde o temprano todos tendrán acceso a computadora e internet, además de DHL y UP, Amazon y American Express... pero eso ya empieza a sonar a discurso de la modernidad.

5. Museo grande y museo chico

Tal vez este panorama sea muy diferente para los diversos tipos de museos existentes.

Las necesidades, problemas y soluciones en la globalización son muy diferentes en museos grandes y pequeños, museos subsidiados y museos privados, museos tecnológicos o científicos y museos de arqueología regional, de historia, de etnología o museos de arte contemporáneo internacional.

Seguramente para un museo grande los costos y tiempos para asegurar obras de arte o liberar mercancía en la aduana se han reducido.

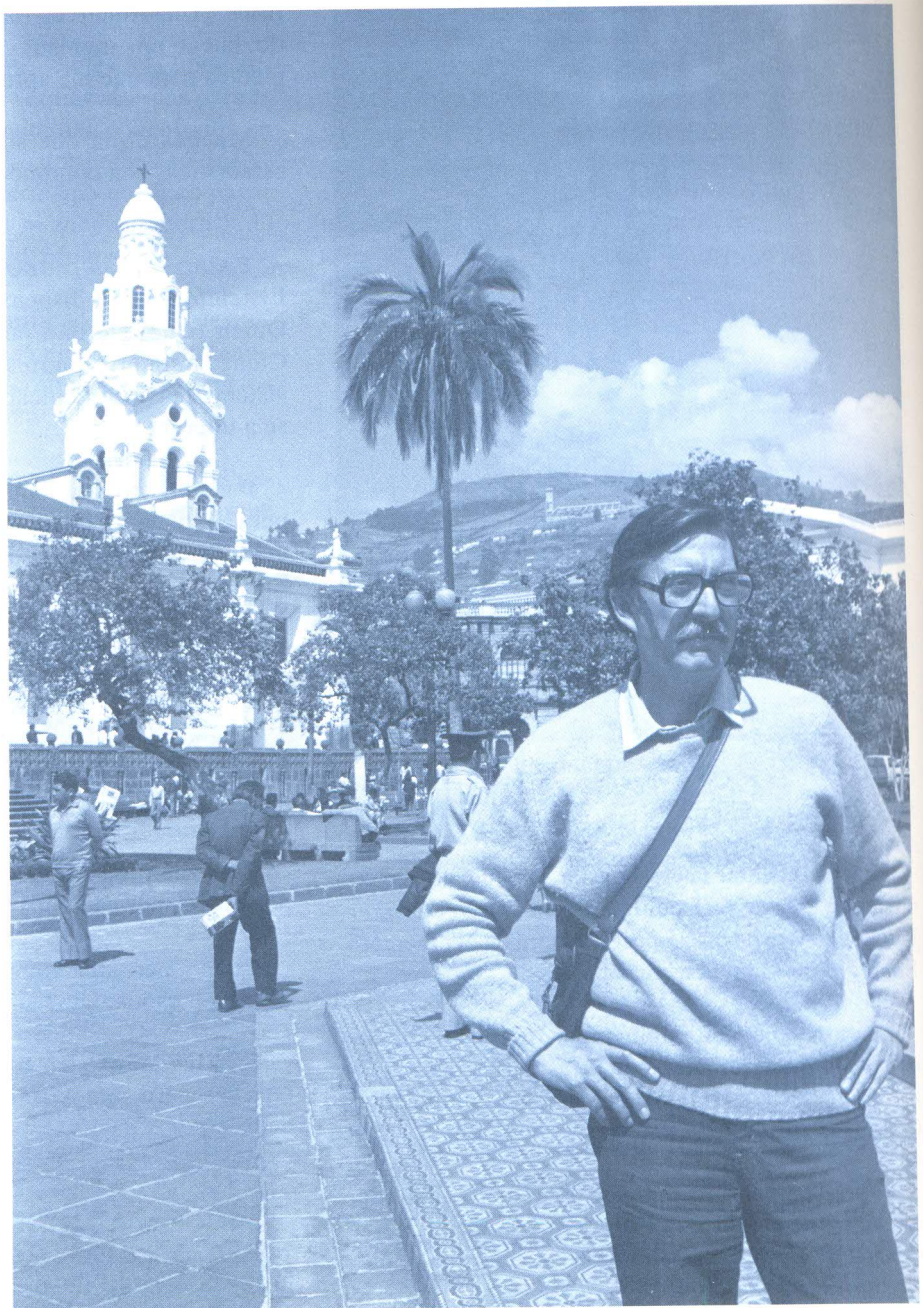
Para los de exposiciones internacionales debe de ser más sencillo comunicarse con otros museos o curadores en el mundo.

Sin embargo, el punto de vista que quiero plasmar aquí es el del usuario de la mayoría de los museos.

6. ¿Qué papel debe entonces jugar un museo en medio de la globalización?

El museo es “el acercamiento del hombre a una realidad, mediante la confrontación vivencial de elementos tridimensionales dados en el tiempo y en el espacio y significativos de esa realidad”. Un museo es también transmisor de nuestra memoria.

La mundialización de la economía genera múltiples intercambios culturales. Cada país se adecúa a



las nuevas reglas de intercambio, pretendiendo conservar su estilo democrático y su cultura. Lo que resulta en la llamada diplomacia cultural, bajo la premisa del encuentro de distintas culturas y voces. La polifonía y el multiculturalismo es lo de hoy. Podríamos pensar que gracias a la globalización los mexicanos tuvimos el privilegio de contemplar a los guerreros de terracota de Xi'an, en el Museo Nacional de Antropología, o que debemos rezarle al Santo

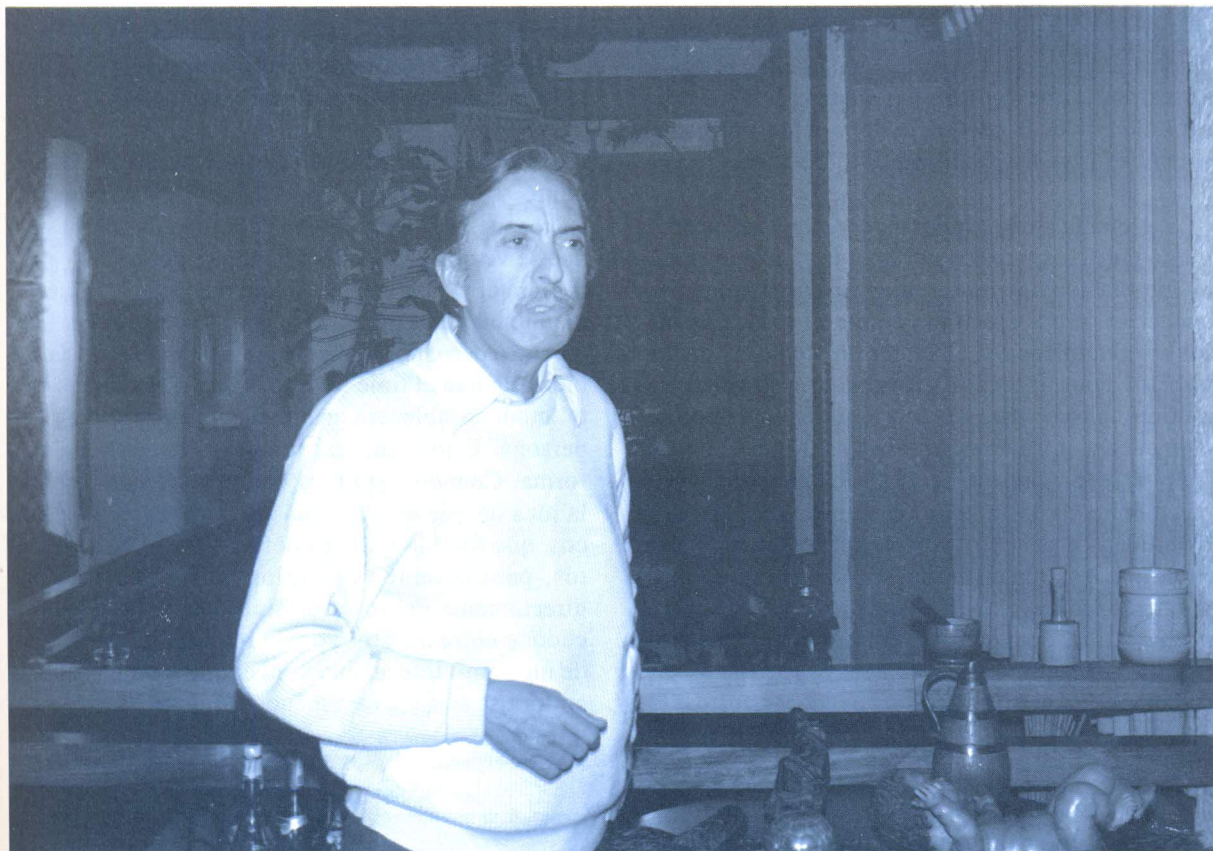
de la Globalización por hacernos el milagrito de traer la obra de Demian Hirst a la edición de este 2002 del Festival Internacional Cervantino. Lo que se nos olvida es que los países periféricos no deciden y que la “mundialización de la cultura” es unilateral. No se pensó que los guerreros podrían ser expuestos en México, sino que “Los Mayas” tenía que ser exhibida en China.

En esta unilateralidad, encabezada por los mismos países que dominaban el antiguo orden informativo mundial, son ellos los que continúan distribuyendo y exportando la cultura (sucede lo mismo con la denominada *world music*). Y es evidente quiénes son los elegidos para erigirse como ejes de poder: los que cuentan con los medios económicos. Así se dibuja lo que se denomina paisaje del poder, y sus protagonistas son los que definen y dirigen; los demás debemos conformarnos con lo que nos delegan o con lo que buenamente nos comparten.

Más allá del bien y del mal, estamos inmersos en la dinámica de la globalización. Ante ella, los museos y sus colecciones constituyen un recurso único

para fomentar y desarrollar la creatividad humana y para afianzar identidades, sin caer en nacionalismos, sino recordando de dónde venimos sin sentir vergüenza ni altivez. Frente a la hegemonía mundial de los elegidos, los museos de los no elegidos deben estar alertas ya que el papel que pueden desempeñar como mediadores (y pienso una vez más en los nacionalismos y en la xenofobia) puede ser fundamental, puesto que son los que evocan y unen tiempos y perspectivas.

Los “medios” fragmentan la realidad cultural; los museos la integran, ya que pueden construir un puente, como dijera Manuel Castells, entre lo global y lo local. Dice: “los museos son cada vez más íconos de espacios —imágenes de realidades— y conectores de tiempos. Su misión es la de restablecer la comunicación y el significado más allá de la fragmentación del hipertexto electrónico. Los museos salvaguardan el patrimonio cultural y artístico, local, regional, nacional y universal; en sus espacios exhiben fragmentos de nuestra historia, ecos que nos definen y nos diferencian frente al otro. Imágenes que reafirman —y entrelazan, simultánea-



mente— nuestra identidad frente a las otras identidades”.

El reto de los museos es convivir en la globalización sin caer en la tentación de los excesos o sin repetir en pequeña escala las dinámicas de poder, sin caer en elitismos ni populismos. La tarea más ardua es aprender a reinventar constantemente la mirada, para así armar un crisol polifónico.

Tampoco debemos olvidar que la globalización es un fenómeno urbano, por lo que los museos del interior —los pequeños— sufren más que los ubicados en las metrópolis; esos grandes museos son los únicos aspirantes a la mundialización. En este sentido, se debe plantear un ejercicio de salvamento de esos museos que de antemano desdeñamos. Deberíamos atenderlos, ocuparnos por revitalizarlos. Los museos grandes podrán (y deben) consolidarse, pero también hay que pensar si este país es capaz (económicamente) de generar muchos más “museotes” de los ya existentes o competir con las vacas sagradas mundiales. Sin embargo, sí se puede aspirar a pertenecer a circuitos internacionales, y sobre todo a consolidar las colecciones propias y así ofrecer al público la oportunidad de ver muchas grandes exposiciones y no una que otra. Pienso en el teatro, aquellos megaforos ya caducaron, lo que vigoriza la vida teatral hoy en día, la fortalece y es la presencia de muchas puestas en pequeños foros distribuidos por todos lados.

La globalización también representa el acercamiento entre los museos del mundo. Las exposiciones internacionales representan oportunidades para conocer al otro y mostrarnos ante el otro. Los medios de comunicación, el acortamiento de las distancias y los avances tecnológicos han transformado las prácticas museológicas y museográficas, han propiciado el encuentro de especialistas, el acceso instantáneo a información de grandes museos y sus colecciones, de instancias académicas, así como la posibilidad de generar foros de reflexión, análisis y crítica que resulten en propuestas sustentables y viables según las realidades de cada país. Esta proximidad ha reforzado vínculos, estrategias y líneas de acción que benefician no sólo a los especialistas sino al visitante, y han propuesto novedosas formas de

acercamiento y la utilización de otros medios, lo cual ha ampliado el hecho museístico sacándolo de los edificios y llevándolo a otros espacios, como el internet.

Más que creer en la glorificación de los grandes grandes museos (los cuales son contados y están ubicados, por supuesto, en las megametrópolis) podríamos trabajar, además, en la recuperación de los espacios, fuera y dentro de los recintos más pequeños, para así ampliar la oferta y acercarla a la población (lo que representaría un paso a la verdadera globalización).

Debemos estar conscientes de que el visitante actual ha cambiado y quizá no nos hemos percatado de ello. Exigimos un perfil que ya está *out*. Si tenemos que entrar a la globalización, si no nos queda de otra, debemos entonces utilizar estrategias más adecuadas. De lo contrario nos pasará lo que al PRD (toco madera) en las pasadas elecciones, que pensó en el votante militante en el 68, sin percatarse de que la mayoría de los empadronados no sólo no vivieron el 68 sino que nacieron después de la llegada del hombre a la luna y del jueves de Corpus de 1971.

Debemos ser críticos y no mentirnos, saber, sobre todo, a quién queremos llegar y conocerlo.

Ya el escritor polaco Witold Gombrowicz preguntó: “¿Qué nos queda por hacer?”, y yo comparto su respuesta: “Estamos en la situación de un niño que se ve obligado a llevar un traje demasiado grande para él y en el cual se siente incómodo y ridículo; el niño no puede quitárselo, puesto que no tiene ningún otro pero, por lo menos, puede proclamar en voz bien alta que el traje no está hecho a la medida, y de tal modo establecerá una distancia entre el traje y su persona. Esto significa: tomar distancia frente a la forma. Cuando logremos compenetrarnos bien con la idea de que nunca somos ni podemos ser auténticos, que todo lo que nos define —sean nuestros actos, pensamientos o sentimientos— no proviene directamente de nosotros sino que es producto del choque entre nuestro yo y la realidad exterior, fruto de una constante adaptación, entonces, a lo mejor, la cultura se nos volverá menos cargante.”